



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY  
DENMARK

## **Fremtidens feriehus og feriehusområde - et landskab af hybride oplevelser**

*Resultater fra et 3-årigt forskningsprojekt*

Therkelsen, Anette; Larsen, Jacob Roesgaard Kirkegaard; Laursen, Lea Louise Holst; Halkier, Henrik

*Publication date:*  
2012

*Document Version*  
Accepteret manuscript, peer-review version

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*

Therkelsen, A., Larsen, J. R. K., Laursen, L. L. H., & Halkier, H. (2012). *Fremtidens feriehus og feriehusområde - et landskab af hybride oplevelser: Resultater fra et 3-årigt forskningsprojekt*. (1 udg.).

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# FREMTIDENS FERIEHUS & FERIEHUSOMRÅDE

ET LANDSKAB AF HYBRIDE OPLEVELSER

Resultater fra et 3-årigt forskningsprojekt.



Udarbejdet af Anette Therkelsen, Jacob R. Kirkegaard Larsen,  
Lea Holst Laursen & Henrik Halkier, Aalborg Universitet

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond  
for Regionaludvikling



---

Vi investerer i din fremtid



**AALBORG UNIVERSITET**

# TITELBLAD

**TITEL:** Fremtidens feriehus og feriehusområde - Et landskab af hybride oplevelser

**INSTITUT:** Institut for Kultur og Globale Studier & Institut for Arkitektur, Design og Medie Teknologi, Aalborg Universitet

**BIDRAGSYDERE:** ph.d. stud. Jacob R. Kirkegaard Larsen, Lektor Lea Holst Laursen, Lektor Anette Therkelsen og Professor Henrik Halkier

**UDGAVE:** 1

**ISBN nr:** 978-87-92305-21-3

**FINANSIERET:** Den Europæiske Fond for Regionaludvikling, Feriehusudlejernes Brancheforening & Aalborg Universitet

**FORSIDE ILLUSTRATION:** Egen visualisering

**ANDRE ILLUSTRATIONER:** Hvor intet andet er angivet er illustrationerne forfatternes egne



## 1

## INTRODUKTION

af lektor Anette Therkelsen

BAGGRUND	s. 6
FORMÅL	s. 8
INDHOLD	s. 8

## 2

## FERIEHUSOPLEVELSEN

af ph.d. stud. Jacob Kirkegaard Larsen

FERIEHUSETS EJERE: REKREATIVE FRITIDS- OG FERIEOPLEVELSER	s. 12
BØRNEFAMILIENS OPLEVELSER I FERIEHUSET OG FERIEHUSOMRÅDET	s. 13
FERIEHUSETS DILEMMAER - PLADS TIL FORBEDRINGER	s. 20
OPSUMMERING	s. 23

## 3

## STEDSANALYSE

af lektor Lea Holst Laursen

NÆROMGIVELSERNE I HALS OG BLOKHUS	s. 25
FERIEHUSOMRÅDERNES STRUKTUR OG PLANLÆGNING	s. 26
FERIEHUSETS ARKITEKTUR	s. 32
OPSAMLING – FREMTIDIGE DESIGNPARAMETRE	s. 33

## 4

## KONCEPT FORSLAG

af lektor Lea Holst Laursen og ph.d. stud. Jacob R. Kirkegaard Larsen

DESIGNFORSLAG TIL NYE OG EKSISTERENDE FERIEHUSMILJØER	s. 38
LYNGHUSENE, BLOKHUS	s. 38
TRÆTOPHUSENE, FÅRUP	s. 42
LIMFJORDSHUSENE, HALS	s. 46
BISNAP+	s. 50
EKSISTERENDE HUSE - KONCEPTUEL TILGANG	s. 57
OPSUMMERING	s. 62

## 5

## FERIEHUSFERIEN &amp; MADOPLEVELSER

af lektor Anette Therkelsen og professor Henrik Halkier

MAD OG FERIEHUSFERIE FOR NORSKE OG DANSKE TURISTER	s. 67
FØDEVARENETVÆRK OG TURISME I NORDJYLLAND	s. 71
KONKLUSION	s. 73

## 6

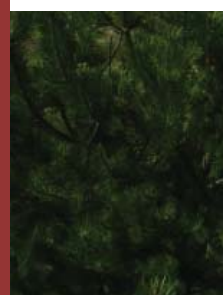
## KONKLUSION

KONKLUSION	s. 74
------------	-------

## 7

## REFERENCER

LITTERATURLISTE	s. 78
-----------------	-------









# 1 INTRODUKTION

- baggrund, formål & indhold

Der er ingen tvivl om, at feriehuseproduktet er af stor betydning for dansk turisme og udgør et karakteristisk træk ved de danske kyster. Således foretages 35% af alle registrerede ferieovernatninger i Danmark i et feriehus, og 56% af alle udenlandske overnatninger foregår i et feriehus (Danmarks Statistik). Dette resulterer i ca. 15 mio. overnatninger pr. år i danske feriehuse, hvilket dog alene er de overnatninger, som registreres gennem danske udlejningsbureauer. Af de 187.000 danske feriehuse er det kun ca. 18% som udlejes kommercielt (Danmarks Statistik, 2006), resten bruges af ejerne, lånes ud til venner og familie eller udlejes privat. De primære markeder for dansk feriehusudlejning er det danske, tyske og norske marked og de 7 sommeruger udgør den altdominerende hovedsæson. Kun på det tyske marked er der en reel efterspørgsel i lavsæsonen (Danmarks Statistik).

Også historisk set har feriehuseferien være med til at kendetegne dansk turisme, idet først kunstnere og senere primært det københavnske borgerskab i sidste halvdel af 1800-tallet begynder at søge naturen og det simple liv ved kysten, hvilket resulterer i opførelsen af de første feriehuse langs de danske kyster. I 1930'erne kommer også arbejderklassen til, som typisk via deres arbejdsgivere lejer et mindre hus ved vandet, hvilket kan ses som starten på organiseret feriehusturisme i Danmark. Næste betydende epoke for dansk feriehusturisme er 1960'erne, hvor en markant efterspørgsel på at eje feriehus opstår i kølvandet på øget velstand, flere fridage og bilens udbredelse (Tress 2002). I perioden 1960-79 opføres således over halvdelen af de feriehuse, der eksisterer i dag (Skifter Andersen & Vacher 2009), og feriehuset udvikler sig til en dansk massekultur, hvor det at holde sommerferie i sit feriehus bliver en tradition, der gives videre fra én generation



til den næste (Tress 2002). Endelig oplever den kommercielle feriehusturisme for alvor et boom op gennem 1980'erne og 1990'erne, som hovedsageligt skyldes en massiv indstrømning af tyske turister. Antallet af overnatninger stiger i løbet af en 10 års periode fra 4,6 mio. overnatninger i 1984 til 17,4 mio. i 1993, hvor det absolutte højdepunkt indtil videre nås.

Siden rekordårene i starten af 1990'erne har antallet af feriehusovernatninger, med enkelte undtageser, været nedadgående. En del af skylden kan utvivlsomt tilskrives finanskrisen, men samtidig er nutidens turismemarked præget af øget konkurrence, ikke mindst fra lavpris flyselskaber, som tilbyder billige rejser til både nære og fjerne destinationer. Det kan tillige tænkes, at produktudviklingen af feriehuset og feriehusområdet ikke har fået den fornødne be-

vågenhed de senere år. Det er derfor yderst relevant at klarlægge, hvordan feriehusproduktet kan udvikles i fremtiden for at sikre konkurrencedygtighed og dermed forblive en attraktiv ferieform blandt de markeder og segmenter, som dominerer feriehusene i dag, samt forsøge at tiltrække yderligere turister, og måske nye målgrupper, også uden for den absolutte højsæson.

Nærværende rapport er hovedkonklusionerne på et 3-årigt projekt, som søger at give et antal bud på fremtidens feriehus og feriehusområde. Projektet, som løber fra september 2009 til november 2012, er delvist finansieret af EU's regionaludviklingsfond og Feriehusudlejernes Brancheforening, og bygger på et tværfagligt samarbejde mellem forskningsgrupperne Tourism Research Unit og Arkitektur, Design og Medieteknologi på Aalborg Universitet. Projektet er udviklet i samarbejde med nordjyske turismeorganisationer og



kommuner, som via en følgegruppe løbende har givet indspark til projektet. Endvidere blev der i november 2011 afholdt en ideworkshop på Aalborg Universitet, hvor private og offentlige aktører fik fremlagt delresultater af analysearbejdet, og hvor der var mulighed for at komme med input til projektets videre forløb. Disse input har således haft indflydelse på projektets afsluttende fase.

## Formål

Formålet med projektet er at undersøge adfærdsmønstre, motiver og oplevelsesønsker til fremtidens feriehus og feriehusområde blandt centrale målgrupper – primært danske, tyske og norske børnefamilier – og på basis heraf bidrage til udviklingen af fremtidens feriehus og feriehusområde. Disse udviklingsforslag vil være i form af modeller for feriehus, planer for arealudvikling og design af oplevelsestilbud, som vil tage udgangspunkt dels i målgruppeanalysen, dels i feriehusområdernes natur- og kulturbaserede ressourcer. Projektet ser endvidere på udbuddet af nordjyske madrelaterede oplevelser, og hvordan disse stemmer overens med efterspørgslen blandt udvalgte nordjyske feriehusgæster.

I projektet defineres feriehuset som et mindre, privatejet hus, der ligger i større eller mindre koncentrationer af feriehus tæt ved kysten og benyttes i turismemæssig eller rekreative sammenhænge (Tress 2002). Projektet undersøger således det 'traditionelle' sommerhus og sommerhusområde og ikke andre typer af feriehus f.eks. placeret i forbindelse med resorts og feriecentre. Dog anvendes betegnelsen 'feriehus' for at understrege en bred sæsonmæssig anvendelse, som feriehuset i princippet muliggør.

Nordjylland er udgangspunktet for undersøgelsen og med sine ca. 35.000 feriehus og 2,5 mio. overnatninger, udgør Nordjylland et centralt feriehusområde i Danmark. To primære caseområder er udvalgt, Hals på østkysten og Blokhus på vestkysten, som er to af de største feriehusdestinationer i regionen. Imidlertid har disse to steder meget tilfælles med andre nordjyske, og øvrige danske, feriehusdestinationer, hvorfor undersøgelsens resultater også har en bredere anvendelighed. Markedsmæssigt ligner den nordjyske feriehusudlejning det øvrige Danmark, dog med en marginal større procentdel af nordmænd.

## Indhold

Nærværende rapport indeholder 4 centrale dele. Efter introduktionen, vil *kapitel 2* stille skarpt på motiver, adfærd, oplevelsesønsker blandt brugere af det nordjyske feriehusprodukt, primært danske, norske og tyske børnefamilier. Et billede af ejernes præferencer vil også blive inddraget i diskussionen for at belyse forskelle og ligheder mellem ejere og lejere. Imidlertid er redegørelsen for forskelle på børn og forældres oplevelsesønsker det primære omdrejningspunkt for dette kapitel og bl.a. i det lys fremlægges centrale problematikker i forhold til det nuværende feriehus. *Kapitel 3* redegør for de stedsanalyser, som er blevet foretaget primært i Hals og Blokhus, men også på andre feriehusdestinationer i Nordjylland. Tre rumlige elementer danner udgangspunkt for analysen: feriehuset (selve huset og grunden), feriehusområdet (området hvor huset er placeret) og næromgivelserne (byen, stranden og det omkringliggende kultur- og naturlandskab), og der fokuseres på de potentialer og problemer, som disse rumlige elementer indeholder. *Kapitel 4* udgør rapportens forslagsstillende del, idet der med afsæt i brugeranalysen og stedsanalysen fremsættes forslag til fremtidens feriehus og oplevelser i feriehusområdet. Forslagene relaterer sig såvel til nyetableringer af feriehus og feriehusområder som til renovering af eksisterende, og realiserbarheden af forslagene perspektiveres ved at inddrage de lovgivningsmæssige rammer. *Kapitel 5* omhandler mad i konteksten af feriehusferien, og hvordan et bredt udvalg af madrelaterede oplevelser kan være givtigt at udbyde til netop feriehusturisten. Hvordan de fødevarerelaterede ressourcer kan udnyttes bedre i forhold til denne målgruppe diskuteres også. I *kapitel 6* samles resultaterne fra de enkelte kapitler som bidrag til diskussionen af den fremtidige udvikling af dette kerneprodukt for dansk turisme.







## 2 FERIAHUSOPLEVELSEN

- børn og voksnes oplevelser i det nordjyske feriehus og feriehusområde

I denne del af rapporten vil resultaterne fra projektets brugerundersøgelse blive fremlagt. Brugerundersøgelsen har haft til formål at gennemføre et kvalitativt studie af adfærdsmønstre, motiver og oplevelsesønsker blandt feriehusets brugere (ejere og lejere) med særlig fokus på det primære lejersegment, børnefamilien.

I overensstemmelse med de primære markeder for dansk feriehusudlejning er danske, tyske og norske familier repræsenteret i undersøgelsen. Brugerundersøgelsen bygger på kvalitative interviews foretaget med 13 danske, 8 tyske og 5 norske børnefamilier (kernefamilier og flerfamilier) under deres ferie i et lejet feriehus i Hals og Blokhus. Hovedparten af interviewene er foretaget i højsæsonen (20 interviews i juli/august hhv. 2010 og 2011), dog suppleret af 6 skulder-/lavsæson-interviews, og i alt har 156 familiemedlemmer deltaget i interviewene, heraf 81 voksne og

75 børn i alderen 0-15 år. Herudover er der foretaget observationer af turisternes adfærd i sommerhøjsæsonen 2010 i begge områder samt supplerende undersøgelser i form af interviews med feriehusudlejere og turistchefer (jf. Larsen, 2010), interviews med tyske småbørnsfamilier samt med danske familier, der betegner sig selv som 'ikke-brugere' af feriehuset.

Inspiration til undersøgelsen er hentet bl.a. i VisitDenmarks kvantitative feriehusundersøgelse fra 2005 samt andre rejsemotivundersøgelser. Formålet med vores undersøgelse er dog at give en mere dybdegående indsigt i nutidige og fremtidige forbrugsmønstre og oplevelser i relation til feriehuset og feriehusområdet. Resultaterne støtter på den måde op omkring eksisterende undersøgelser, men i stedet for blot at søge svar på *hvad* børnefamilierne oplever, søges mere viden omkring *hvorfor* og *hvordan* forældre og



børn "oplever", mens de er i feriehus. Både forældre og børn har således taget aktiv del i interviewene med det formål at få større indblik i *hele* familiens, og ikke mindst børnenes, feriehusoplevelse.

Den empiriske undersøgelse sættes derudover i relation til eksisterende forskning inden for feriehusturisme (*second home tourism*), som med ganske få undtagelser (fx Haldrup, 2004) har fokuseret på feriehusets ejere (og ikke lejere). Ejerne udgør da også den største andel af feriehusbrugerne, idet kun ca. 18 pct. af samtlige feriehusudlejes gennem officielle udlejningsbureauer (Danmarks Statistik 2006), og denne brugergruppe er derfor også væsentlig at tage i betragtning, da lejernes oplevelsesønsker ikke alene kan være bestemmende for den fremtidige udvikling af feriehusområdet, men bør derimod ses i relation til ejernes oplevelser.

Kapitlet indledes af en kort præsentation af ejernes oplevelser i feriehuset på baggrund af et litteraturstudie af eksisterende undersøgelser på området. Herefter fremlægges brugerundersøgelsens primære resultater i to hovedafsnit: først vil børnefamiliens oplevelser i feriehuset og feriehusområdet blive gennemgået, hvor blandt andet forskellen på børn og forældres oplevelsesønsker vil blive pointeret, hvorefter centrale dilemmaer og problematikker i forhold til det nuværende feriehus fremlægges som potentielt afsæt for en fremtidig udvikling.



## Feriehusets ejere: rekreative fritids- og ferieoplevelser

Da ejerne, som nævnt udgør den største andel af feriehusets brugere, kan en klarlægning af deres oplevelser bidrage med vigtige indikationer på, hvilke krav der generelt stilles til feriehusområdet. Den typiske feriehus ejer er et midaldrende par uden hjemmeboende børn og ofte bedre socialt stillet end gennemsnittet, om end en væsentlig del af ejerne tillige udgøres af pensionister. Ejerens demografiske profil falder dermed ind under et turistsegment med stigende potentiale inden for udlejning, nemlig *empty nesters*, men er samtidig forskellig fra det primære segment for dansk feriehusudlejning, børnefamilier, som undersøges i denne rapport.

Motivationen bag ejernes rekreative brug af feriehuset er fornyligt blevet undersøgt i to danske studier (Skifter-Andersen & Vacher, 2009; Gram-Hanssen & Bech-Danielsen, 2009), som bekræfter international forskning, idet de danske ejeres oplevelser koncentrerer sig om fire centrale punkter:

- Komme væk hjemmefra og slappe af
- Samvær med partner, familie og/eller venner
- Være tæt på naturen
- Være hjemme i et andet hjem

Feriehuset udgør således en mulighed for at komme væk fra de daglige omgivelser men er samtidig ikke udelukkende et sted, som er "hjemmefra", da ejeren også føler sig hjemme i feriehuset og ofte har en stærk tilknytning til området på grund af nostalgiske relationer (familie og/eller opvækst) eller et langvarigt ejerskab af feriehuset (fx Hall & Müller 2004; Jaakson, 1986). Ejerne kan derfor i mange tilfælde betegnes som en mellemting mellem den permanente lokalbefolkning og den almindelige turist og af samme grund ses ofte en forholdsvis konservativ holdning til turisme-relateret udvikling blandt feriehus ejere (Aronson 2004; Chaplin 1999; Müller 2002).

Feriehuset er for ejeren forbundet med en følelse af frihed, hvor gøremål er frivillige og ikke underlagt samme tidspress som derhjemme, hvor man tillader sig selv at slappe af og kan nyde samværet med sin partner, familie og venner (Jaakson, 1986; Gram-Hanssen & Bech-Danielsen 2009). Her spiller naturen og landskabet endvidere en vigtig rolle, hvilket ikke mindst bevidnes af feriehusenes beliggenhed i naturskønne områder langs

kysterne (fx Hjalager 2009). Meget forskning har på den måde præsenteret feriehus-turisme som en søgen efter landlig idyl (fx Williams & Kaltenborn 1999). Dette svarer dog ikke overens med den virkelighed, man ofte ser i feriehusområderne i dag, idet mange feriehus ligger i tætte klynger og er indrettet med moderne luksus. Feriehusområdernes struktur synes derfor også at indvirke negativt på feriehusidealet, idet ønsket om stilhed og aftenmørke i visse tilfælde trues af den tætte koncentration af huse (Gram-Hanssen & Bech-Danielsen, 2009) og feriehuset bør således give "oplevelsen" af, at man befinder sig midt i naturen, til trods for dette måske ikke er tilfældet.

Feriehuset og den omkringliggende natur er endvidere genstand for en aktiv adfærd blandt ejere, hvor især fritids- og weekendbrugere af husene benytter sig af udendørs-aktivitet såsom lange gåture langs vandet og i skovområder, cykelture, badning, fiskeri og bærplukning m.m. (fx Petterson, 1999). Herudover er vedligeholdelse af selve huset og havebrug typiske og væsentlige aktiviteter for mange feriehus ejere (Jarlov, 1999).

Ser man overordnet på feriehus ejernes oplevelser, synes feriehuset altså at udgøre rammen for afslapning ("gøren ingenting", nyde naturen, gåture), samvær og aktiv udfoldelse (fx havearbejde). Feriehus ejernes oplevelse harmonerer dermed ikke umiddelbart med ønskerne for ferieoplevelse hos børnefamilien, hvor ferien er influeret af børnenes ønsker for sjove og spændende aktiviteter (Gram & Therkelsen, 2003; Thornton, Shaw, & Williams, 1997). Det medfører tilsyneladende et krydsningsfelt af oplevelser, som bør tilgodeses i en fremtidig udvikling af feriehusområderne, idet oplevelsesaspekter af det hjemlige og velkendte, muligheden for afslapning og naturoplevelsen sandsynligvis bør kombineres med børnefamiliens ønske om mere spændingsrelaterede aktiviteter.

I det efterfølgende vil resultaterne af brugerundersøgelsens primære del blive præsenteret for at belyse disse potentielle krydsningsfelter yderligere. Resultaterne vil vise, at oplevelsesforskelle ikke kun relaterer sig til forholdet mellem ejere og lejere men tillige findes internt i børnefamiliens oplevelser.

## Børnefamiliens oplevelser i feriehuset og feriehusområdet

### Motiver for valg af feriehuset

Som nævnt, kan bl.a. VisitDenmarks feriehusundersøgelse fra 2005 være med til at give indikationer af lejernes motiver og adfærd i feriehusene. Feriehusundersøgelsen viser blandt andet, at langt størstedelen af feriehusturisterne er gengangere (81 pct.) og samstemmende hermed er langt størstedelen meget tilfredse med feriehusopholdet (VisitDenmark, 2005). Undersøgelsen demonstrerer altså en høj grad af kontinuitet, der minder om det, man ser hos ejerne, og som tillige er beskrevet i en kvalitativ undersøgelse af tyske lejere (Haldrup 2004), hvor familiens oplevelse karakteriseres som en følelse af "hjemlighed".

Dette bekræftes også af vores brugerundersøgelse, idet tidligere besøg i feriehus havde bidraget til familiernes valg af feriedestinationen. Alle de interviewede familier havde tidligere erfaring med at leje et feriehus i Danmark, heraf havde 12 familier været på samme destination (Hals/Blokhuse) og 2 familier endda i det samme feriehus. Interviewene viser, at valget af feriehuset skaber en vis tryghed, idet 'man ved, hvad man får', hvilket indebærer, at nogle familier har opbygget visse ferierutiner. Det medfører både høje forventninger, idet opholdet bør være *mindst* lige så godt som sidst, men samtidig også en større tolerance over for eventuelle 'svipsere'. (Se CITATBOKS 1).

Feriehuset opfattes som en mulighed for at komme væk fra arbejdslivet og have tid til at være sammen som familie og slappe af uden at skulle bekymre sig om daglige gøremål. Samvær med familien og afslapning fremstår således klart – og måske ikke overraskende – som et centralt motiv for især forældrenes feriehusferie. (Se CITATBOKS 2)

Tilsyneladende omfatter samvær ikke kun kernefamilien (far, mor og børn) men derimod var feriehuset i hovedparten af brugerundersøgelsens interviews i større eller mindre grad med til at skabe rammen om 'familiekomsammen' med udvidede relationer, idet adskillige familier rejste sammen med eller fik besøg i løbet af ferien af enten familie (bedsteforældre, onkler/tanter, fætre/kusiner) eller venner med jævnaldrende børn.

Kigger man på markedsundersøgelser af de tre primære feriehuslejermarkeder (VisitDenmark 2009a, 2009b, 2008a, 2008b), fremgår naturen endvidere som et væsentligt motiv, dog mest markant blandt de tyske turister. Ifølge tidligere undersøgelser bruger de tyske feriehuslejere næromgivelserne til gå-, løbe- eller cykelture langs stranden eller i de omkringliggende skove (Haldrup, 2004; VisitDenmark, 2005). I vores brugerundersøgelse fremstår stranden og kysten samstemmende, på tværs af de danske, norske og tyske familier, som selve indbegrebet af et feriehus. Nærhed til stranden er dog ikke ensbetydende med, at feriehuset nødvendigvis skal ligge i 1. klitrække, men derimod at stranden er let tilgængelig og helst i gå- eller cykelafstand.

### CITATBOKS 1

Dansk mor: ... **det er 4. gang vi er her** [i Hals] og det er 2. gang i det her hus. Men kan vi få det her hus igen, vil det være **fantastisk**.

Norsk mor: Men der er **nogle faste ting, vi gør** – vi tager til Aalborg og tager i dyreparken [Zoo] og så tager vi i Fårup Sommerland og til stranden. Og så er vi det samme sted for at spise pizza.

Norsk bedstefar: Det der gjorde, at vi valgte det her hus i år var nok, at **vi var her for 2 år siden**, hvor vi havde et tilsvarende hus som det her. (...) Men altså hvis det var for 2 år siden, vi havde oplevet det samme råb og støj som i år, så var det ikke sikkert vi var kommet tilbage. Vi sætter pris på at det er stille og roligt.

Tysk mor: Da vi ankom, var **alt møgbeskidt**. Madrester i skufferne og et tykt lag snavs under sofaen (...)

Tysk far: Spindelvæv i skabene, bordet ikke rigtigt rent det var... de første dage var jeg virkelige stiktosset.

Tysk mor: Og **sidste år var alt ellers tiptop**, alt var bare i orden (...)

Tysk far: Men ellers...

Tysk mor: Så er vi **totalt tilfredse**.

Tysk far: Vi nyder at være her...

Derudover har feriehusgrunden, terrassen og haven, en central betydning for de interviewede familiers ferie. Hos de tyske familier udgør udendørsfaciliteterne og naturen, ikke overraskende, en klar kompensation for dagligdagens byliv, hvorimod danskere og nordmænd i højere grad er vant til at leve i naturmæssige omgivelser men dog understreger de, at feriehuset indbefatter en anden slags natur og et andet landskab, end det de er vant til derhjemme. (Se CITATBOKS 3)

Som det fremgår, minder de generelle motiver blandt børnefamilier, der lejer et feriehus, tilsyneladende om de rekreative motiver, som ligger bag mange ejeres brug af eget feriehus, idet ferien er centreret omkring hjemlighed, afslapning og samvær, samt naturoplevelser. I de efterfølgende afsnit vil der imidlertid blive gravet et spadestik dybere i forståelsen af disse elementer af familiernes ferieoplevelser og adfærdsmønstre i og omkring feriehuset. Herigennem vil de interne kompromisser, som gør sig gældende for den 'gode' familieferie, blive nærmere belyst ved at stille skarpt på familiens oplevelser inden for tre centrale feriesteder: næromgivelserne (stranden og feriehusbyerne), feriehuset og haven samt eksterne attraktioner.

### **Oplevelser i feriehuset og haven**

De interviewede familier tilbringer relativt meget tid i feriehuset og på dets matrikel, som dermed synes at udgøre et væsentligt omdrejningspunkt for ferieoplevelsen. Træhuset fremhæves af flere som det "rigtige" feriehus, som får det til at stå i en vis kontrast til det derhjemme. Familierne forbinder dog ikke feriehuset med en primitiv ferieform, men anser derimod moderne faciliteter som nødvendige for at kunne opretholde familiens daglige rutiner, såsom mindre børns behov for mad og søvn. Feriehuset opfattes således som et praktisk feriemiljø. (Se CITATBOKS 4).

Samvær er et vigtigt aspekt ved selve feriehuset og udgør forældrenes primære kerneoplevelse. Oplevelsen af at være sammen er dog ikke ensbetydende med, at man laver de samme ting. Derimod giver flere familier udtryk for, at faciliteter i feriehuset skal kunne aktivere og underholde børnene (pool, legeredskaber, videospil m.m.). Dette giver forældrene mulighed for at slappe af, samtidig med at de føler, at de er sammen med børnene og er en del af deres leg, idet de skiftevis kan deltage aktivt eller engagere sig som tilskuere.

### **CITATBOKS 2**

Tysk far: *For mig er det vigtigt at jeg kommer væk fra arbejde – Det er 14 dage hvor jeg overhovedet ikke vil tænke på arbejde.*

Dansk mor: *(...) jeg vil egentlig også sige, at jeg ikke gjorde mig nogen forhåbninger om andet end, at jeg glædede mig til at være sammen med familien. Slappe af...*

Norsk mor: *Til hverdag er man på arbejde mindst 8 timer, og de [børnene] er i skole og SFO. Her vågner vi sammen, og så spiser man morgenmad, og så er man sammen i huset og finder på ting, og så bestemmer man, hvad man skal lave den dag. Man er ligesom sammen hele dagen – det er måske det, jeg synes er hyggeligst.*

### **CITATBOKS 3**

Norsk far: *Det ville aldrig blive aktuelt at leje et hus inde midt i Danmark. Man skal kunne cykle til de aktiviteter som vi skal til i nærmiljøet.*

Tysk far: *Stranden er super vigtig.*  
Tysk mor: *Stranden hører bare sammen med at tage til Danmark.*

Tysk far: *Altså, vi kigger gerne på feriehusets beliggenhed.*  
Tysk mor: *At det så vidt muligt ligger tæt ved vandet, hvis det kan lade sig gøre.*

### **CITATBOKS 4**

Dansk mor: *... børnene er så små, så faciliteterne har været vigtige for os i den alder, de har*

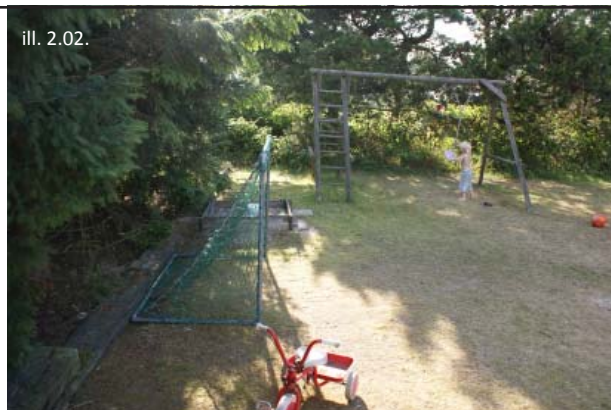


## CITATBOKS 5

Norsk far: *Det er vældig fint med denne terrasse, vi kan sidde her og ungerne kan lege...*

Norsk mor: *Vi kan observere og alligevel være med...*

ill. 2.02.



ill. 2.04.



ill. 2.03.

## CITATBOKS 6

Tysk mor: *Huset i år er skønt... Stort, og så er der udendørs pool og trampolin...*

Tysk datter (13 år): *Gyngen, fodboldmålet...*

Tysk far: *Det er det **helt rigtige miks** for at opnå afstresning og ro, her [i feriehuset] er det virkelig meget roligt og man kan slappe af, når man har foretaget sig noget, været undervejs eller været ude at se noget. Så det her er altså det rigtige miks. Det er rigtigt godt.*

ill. 2.05.



ill. 2.07.



ill. 2.06.



Denne dobbeltoplevelse kommer særligt til udtryk gennem familiernes oplevelse i haven, som for mange familier i sommersæsonen er et centralt sted for samvær. Her er legeredskaber (sandkasse, gynger, trampolin m.m.) og plads til fysisk udfoldelse (badminton, fodbold m.m.) befordrende for børneaktivitet. Forældrene kan kigge med fra terrassen, mens de nyder mere rekreative ikke-aktiviteter, såsom at slappe af og socialisere med medrejsende venner eller familie, og de kan deltage aktivt i børnenes leg i det omfang, der er behov og lyst. Haven udgør på denne vis en slags 'sikkerhedszone', hvor børn og forældre kan have oplevelsen af at være sammen, om end de også tilbringer tid hver for sig. (Se CITATBOKS 5 & 6).

I tilfælde af dårligt sommervejr og under ferier uden for højsæsonen søger familierne samme hybrid af oplevelser inde i feriehuset, hvor eksempelvis stuen bør fordre pladsen til både afslapning og børneaktivitet. For nogle familier er huse med indendørs pool derfor et attraktivt alternativ til udendørsaktiviteter, specielt uden for sommerhøjsæson, hvor feriehuset synes at være det absolutte opholdssted for familien.

Derudover understreger mange forældre vigtigheden i, at feriehuset udgør en privat sfære, hvor familiesamværet i nogen grad er afskærmet fra omgivelserne, og hvor naboerne ikke har frit udsyn til huset og haven. Oplevelsen i feriehuset synes på denne måde at falde under devisen "at være sammen – og være sig selv".

### ***Oplevelser i næromgivelserne: At være ved stranden***

Feriehuset er stærkt forbundet med det omkringliggende landskab, hvor koblingen mellem huset og stranden fremstår som en central del af feriehusproduktet, hvilket også kommer til udtryk i interviewene samt i flere af de tegninger, som børnene laver af deres feriehusoplevelse.

Strandoplevelsen peger dog i retning af, at børn og voksne også her har forskellige oplevelser, idet sommerens strandture ofte synes opbygget omkring samme vekselvirkning af samvær og aktivitet, som det ses ved feriehuset. Typisk etableres således en "familielejr" med strandstole, håndklæder og proviant som oplevelsesramme for familiens samvær og afslapning, mens resten af stranden udgør en legeplads primært for børnenes mere aktivitetsprægede oplevelser (badning, boldspil, bygning af sandslotte, leg i klitterne m.m.). (Se CITATBOKS 7).

Både børn og voksne opfatter tilsyneladende stranden som en 'sikkerhedszone', der udgør rammen for kerneoplevelser, der opstår omkring interaktionen mellem børnevenlig aktivitet og forældrenes mulighed for afslappende samvær. Lejlighedsvis aflægger børnene visit i familielejren, hvor de kan få lidt at drikke og spise, og på samme måde skifter forældrene mellem passiv observation af og deltagelse i børnenes strandaktiviteter. Den smalle strand og det roligere, lavere vand i Hals synes imidlertid at indbyde til en større fysisk afstand mellem børn og voksne, end det er tilfældet i Blokhush (Se ill. 2.11). Endvidere giver forældrene udtryk for oplevelsen af og vigtigheden i at kunne være sig selv og have "albuerum", hvilket gør sig gældende selv på en solrig sommerdag med mange mennesker på stranden.

I modsætning til resultaterne fra mange tidligere, kvantitative undersøgelser omkring børnefamiliernes foretrukne ferieaktivitet, er gåture kun i ganske få tilfælde understreget som et primært element i strandoplevelsen og primært af forældrene. Endvidere er det hovedsageligt stranden i Blokhush, der inkluderer disse gåture, idet forældrene beskriver vestenvinden og de store bølger som en vigtig del af naturoplevelsen. Derimod er familiernes oplevelse af stranden i Hals i større udstrækning relateret til dens børnevenlige karakter og bruges derfor mest i løbet af sommeren. Til trods for at familierne i Hals betoner nærhed til kysten som et vigtigt aspekt ved feriehuset, er det dog ikke ensbetydende med, at de faktisk har været ved stranden i løbet af ferien – selv i sommerhøjsæsonen. Derimod synes besøg ved havnene i Hals eller Hou her at gøre det ud for familiens kyst- og havoplevelse.

### ***Oplevelser i næromgivelserne: En tur til byen***

Foruden stranden kunne området omkring selve feriehusene og ikke mindst de nærliggende byer formodes at udgøre en væsentlig del af feriehusoplevelsen. Dette synes imidlertid ikke at være tilfældet blandt de interviewede familier. Området ved og omkring husene er primært en vej til og fra feriehuset, og feriehusbyerne, Hals/Hou og Blokhush, fremstår tillige mindre betydningsfulde for familiernes oplevelse og beskrives hovedsageligt som et sted for dagligvareindkøb, mindre gåture og for enkeltes vedkommende restaurantbesøg og deltagelse i events (markedet i Hals, koncerter på torvet i Blokhush mv.).

## CITATBOKS 7

Interviewer: *Kunne du fortælle mig om en typisk tur til stranden?*

Tysk far: *Okay, lad os se (...) Vi pakker alt vores udstyr i to biler – alt muligt som fx læ-skærme, legetøj til børnene, stole til os [forældrene], drikkevarer (...) Så kører vi derned i bilerne, stiller det hele op, vi sætter os ned og børnene er væk. Sådan foregår det mere eller mindre...*

Datter (11 år): *...vi er i vandet, i klitterne eller bygger måske sandslotte... alt muligt.*



ill. 2.08.



ill. 2.10.



ill. 2.09.



ill. 2.11: Sikkerhedszone som ramme for familiens strandoplevelse.

Observationerne understøtter dette billede men afslører også, at familiens gåture tilsyneladende finder sted omkring de to feriehusbyers centrum, hvor familierne har mulighed for at købe en is og kigge på butikker. Gåturene udspiller sig således som et slags "by-til-vand" fænomen, hvilket i Blokhus inkluderer en tur fra torvet og ned til stranden, mens det i Hals i høj grad er centreret omkring havnen. (Se CITATBOKS 8).

### **Eksterne attraktioner: Plads til forlystelse**

Foruden oplevelser ved feriehuset og på stranden er attraktioner uden for selve feriehusområdet også en del af feriehusoplevelsen blandt mange familier. For børnene fremstår de eksterne attraktioner som en meget vigtig ferieoplevelse, og i interviewene giver mange børn udtryk for et udpræget ønske om ture til vandland, forlystelsesparker og zoo. De tyske forældre (og nogle danske) foretager dog et bevidst fravalg af sådanne aktiviteter til trods for børnenes "drøm", mens hovedparten af danske og i særdeleshed norske familier understreger forlystelsesparken som en central ferieoplevelse for både børn og voksne. (Se CITATBOKS 9).

Hos flere forældre (og bedsteforældre) er feriehuset samtidig en nødvendig modpol til disse mere udfarende oplevelser, og mange nyder at komme "hjem" til feriehuset igen efter en lang dag, hvor man har været "ude og blive underholdt". De eksterne udflugter er for mange, noget man gør for børnenes skyld, mens det for forældrene kan virke stressende og mangelfuldt i forhold til at få opfyldt behovet for samvær. (Se CITATBOKS 10).

### **CITATBOKS 8**

Norsk far: *Vi går ind til bageren inden vi går til stranden. Og så drikker vi kaffe og shopper lidt.*

Norsk mor: *Og køber mad...*

Norsk bedstefar: *Det er egentlig mest på vej til og fra stranden.*

Dansk mor: *...det er jo sådan noget med at køre ned og købe en is på havnen og gå en aften tur og... Der er jo ikke noget shopping-liv, som sådan, men der er lidt at komme efter. Ikke meget – men der er lidt.*

### **CITATBOKS 9**

Tysk mor: *Jeg ved godt at der findes mange fantastiske ting her... Legoland og andre steder men det er ikke vigtigt for mig fordi... Jeg vil hellere lave noget på stranden. Men på vej hjem vil børnene naturligvis gerne en tur i Legoland'."*

Tysk far: *Hvad kunne du tænke dig at lave?*

Tysk søn (5 år): Zoo

Tysk far: *... Vi kan da altid gå i Zoo hjemme i Hamborg*

### **CITATBOKS 10**

Dansk mor: *...[badminton i haven] det er hjemmehygge ved sommerhuset og ude for at blive underholdt [Zoo]. Det vil jeg sige... basalt ikk'?*

Dansk mor: *Altså hele tiden er der sket noget – så når vi kommer hjem [til feriehuset] trænger vi bare til at slappe af...*

Norsk bedstemor: *Ja, men når man har været ude hele dagen, så er det egentligt dejligt at komme hjem – som nu i dag...*



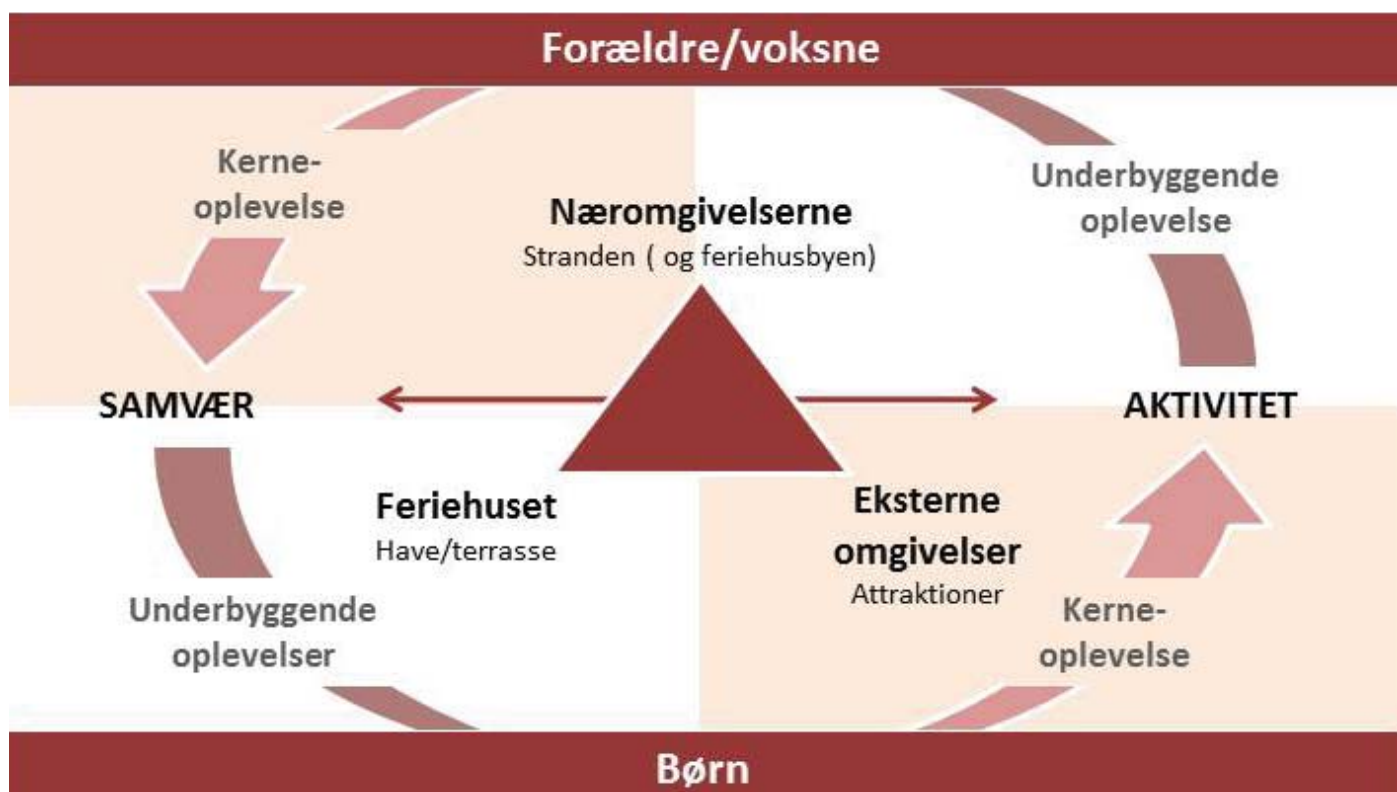
### Et dynamisk landskab af aktivitet og samvær

Nedenstående model opsummerer børnefamiliernes oplevelser i et feriehus (ill. 2.12). Modellen viser, at forældre og børns oplevelser er bygget op omkring et treleddet oplevelsesudbud, der består af henholdsvis feriehuset og haven, næromgivelserne i form af stranden og feriehusbyerne, samt eksterne attraktioner (f.eks. forlystelsesparker). Udgangspunktet for børnefamilien er fælles oplevelser, om end forældre og børn har forskellige syn på, hvad der udgør kernen i disse oplevelser. Børnene vægter således aktivitet højest, mens forældrene prioriterer samvær.

De to typer af kerneoplevelser er imidlertid underbyggende oplevelser for hinanden. Det vil sige, at det "gode" samvær forstærkes af, at børnene aktiveres og har det sjovt, mens der i tilfælde, hvor børnenes behov ikke er indfriet, let kan opstå en negativ stemning, som er ødelæggende for netop samværet. Samtidig intensiveres den afslappende oplevelse af samvær i selve feriehuset i kraft af at udgøre en modpol til de mange aktivitetssprægede oplevelser på eksterne attraktioner og forlystelser. På samme måde forstærkes børnenes aktivitetsorienterede oplevelser

tilsyneladende af samværet med forældrene, som på ferien har mere tid og lyst til at deltage eller kigge på, end de har i hverdagen derhjemme. Særligt når forældre deltager aktivt, synes aktiviteterne at træde frem som særligt betydningsfulde oplevelser for børnene

Denne dynamik af samvær og aktivitet synes med andre ord at karakterisere den harmoniske fælles oplevelse hos børnefamilien i et feriehus og søges gennem en balance-ring af forskellige oplevelsessteder. Endvidere synes samspillet af oplevelser også særligt vellykket på stranden om sommeren, hvor omgivelserne og det medbragte udstyr er befordrende for begge oplevelsesaspekter, og det samme ses i de feriehus, hvor der er spændende aktivitetsmuligheder til rådighed for børnene samt et rekreativt område for forældrene (mere herom i kap. 4).



ill. 2.12: Børnefamiliens feriehusoplevelse Kilde: Larsen, J.R.K. & Therkelsen, A. (2011).

## Feriehusets dilemmaer – plads til forbedringer?

Til trods for at feriehusferien til en vis grad lever op til familiens ønske om en helhedsoplevelse af samvær og aktivitet, dukker også en række problemstillinger op i brugerundersøgelsen. Særligt fremstår spørgsmålet omkring aktivitetsmulighederne i feriehuset og feriehusområdet relevant i forhold til den fremtidige udvikling, og tillige synes feriehuset uden for højsæsonen også at lide under manglen af lejere. I det efterfølgende bliver en række dilemmaer ved feriehuset og feriehusområdet således pointeret på baggrund af de interviewede børnefamiliers oplevelser.

### ***Underholdning er på eget ansvar***

En central problematik i forhold til feriehusets udbud af oplevelser skal tilsyneladende ses i lyset af, at det primært er op til ejeren af det pågældende feriehus at sørge for det nødvendige udstyr samt at indrette hus og have, så det er befordrende for både børn og voksnes oplevelser. Adskillige børnefamilier i undersøgelsen fremhæver, at deres feriehus ikke har været optimalt i forhold til muligheden for børneaktivitet, og hovedparten af familierne synes forberedt på, at dette sagtens kan ske og medbringer derfor selv en masse legetøj og spil til børnene. (Se CITATBOKS 11).

Dette relaterer sig endvidere til to andre centrale mangler ved feriehuset, der af flere familier sættes i kontrast til campingpladsen. For det første er der ifølge familierne og vores observationer generelt meget få muligheder for aktivitet inden for feriehusområdet, idet der generelt ikke er legepladser eller andre aktivitetszoner til rådighed, og i de tilfælde hvor der er, ligger de ofte uden for familiernes 'sikkerhedszone' og kan derfor ikke benyttes af børnene uden forældrenes/voksnes deltagelse. For det andet bevirker det, at børnenes mulighed for at møde nye legeskammerater under ferien er stærkt begrænset, hvilket derfor, til trods for ønsket herom, ikke forventes af en feriehusferie. Det synes endvidere at medføre, at flere familier rejser sammen med venner eller familie, der har jævnaldrende børn, for herigennem at sikre, at børnene har nogen at lege med. (Se CITATBOKS 12).

Et spørgsmål der dukker op i forbindelse med brugerundersøgelsen er derfor, om børnefamilienes feriehusoplevelse også i fremtiden skal afhænge af feriehusets ejere eller familien selv. Ejeren kan af gode grunde have andre ønsker for sit ophold i eget feriehus, end de oplevelser der efterspørges hos de familier, som lejer hans/hendes feriehus, og der er derfor mange tilfælde, hvor indretningen ikke er optimal for familiens ferieoplevelse. Det

### CITATBOKS 11

Dansk far: *Der er ikke nogen legesager i sommerhuset. (...)*

Interviewer: *Har I så selv noget med til børnene?*

Bedstemor: *Vi har de der spil...*

Dansk far: *Ja, Kongespil...*

Dansk mor: *En bold, og tusser, og...*

Dansk far: *Og en Wii (...) Vi har hver især en sæk legetøj med.*



medfører at familierne selv må fylde bilen med aktiverende remedier til børnene eller i nogle tilfælde føler sig nødtvunget til at skulle invitere børnenes venner/veninder med på familiens ferie for at sikre den fornødne grad af underholdning. Med andre ord: Hvordan kan feriehusområdet eventuelt udvikles, så der i fremtiden er bedre muligheder for, at familierne er sikret den rette kombination af sjove aktiviteter og samvær?

### **Det er kedeligt**

Det samme element afspejler sig endvidere i et andet centralt dilemma, som særligt gør sig gældende i forhold til familierne med større børn og teenagere. Familier, som gennem børnenes opvækst har benyttet sig af feriehuset og nu har børn i 12-15 års alderen, synes at være i "risikozonen" af lejere, der fremover måtte fravælge feriehuset. Børnene synes efterhånden, at feriehusets muligheder for aktivitet er trivielle og er derfor begyndt at kede sig under ferien. Derfor overvejer disse familier, hvorvidt familiens ferie også forsat kan og vil foregå i feriehuset.

Et andet og meget centralt problem for fremtidens feriehus kunne endvidere opstå på den bekostning. Man ved, at ferieminder fra barndommen kan påvirke ens valg af ferie, når man er blevet voksen. Det betyder, at de børn, som har kedet sig i feriehuset, sandsynligvis vil fravælge feriehuset, når de engang selv får børn. Det vil sige at en fremtidig udvikling af feriehuset med fordel kunne søge at sikre, at også større børns får en god oplevelse, så forældre med større børn ikke tvinges til at skulle vælge andre feriedestinationer for at indfri ønsket om spændende oplevelser. Dette kan endvidere anses for at være en investering i at sikre eksistensgrundlaget for feriehuset i fremtiden, idet sandsynligheden for at børnene vender tilbage med egen familie senere i livet ville kunne øges. (Se CITATBOKS 13).

Det samme billede synes at tegne sig blandt teenagefamilier, der i dag fravælger feriehuset. Vores supplerende delundersøgelse af "ikke-brugere" viser, at feriehuset ifølge disse familier minder for meget om at være derhjemme. De opfatter feriehuset som en ferieform, hvor forældre er nødsaget til at skulle underholde børnene, og som simpelthen er for kedelig til at kunne opfylde kravene til en god ferieoplevelse. (Se CITATBOKS 14).

Den gode ferie for større børn i et feriehus synes derfor at afhænge af forældrenes lyst og vilje til at gå på kompromis med egne interesser og besøge eksterne attraktioner, tage

## **CITATBOKS 12**

Norsk far: *Vi ville ikke tage af sted bare en kernefamilie på 4, så det er helt essentielt, at der er plads til at være to familier.*

Norsk mor: *Så ungerne kan være sammen med andre end bare sine egne søskende.*

Dansk mor: *Vi får næsten altid besøg. Vi har det nok lidt sådan – en hel uge bare sådan...*

Dansk far: *Ja der skal ske lidt.*

Dansk mor: *Vi har også haft besøg denne gang... og vi får besøg igen i dag af nogle venner, som så bliver her til i morgen. Så vi kan godt lide, at der sker noget.*

## **CITATBOKS 13**

Dansk pige (15 år): *Jeg vil hellere ud og se noget, man ikke er vant til at se. Her kan det godt blive lidt... lidt kedeligt, tror jeg. Poolen bliver også lidt kedelig i længden – jeg bruger den ikke så meget som jeg gjorde en gang...*

Dansk far: *En uge [på ferie] – det er jo ikke særligt lang tid...*

Dansk pige (12 år): *Det er rigeligt!*

Dansk far: *Ja, det er rigeligt til at få lov til at kede sig lidt. Det synes jeg er fint.*

Interviewer: *Så du glæder dig måske lidt til at komme hjem igen?*

Dansk pige (12 år): *Ja... Jeg savner sådan lidt de fleste ting her ... i ødemarken (...) Man finder i hvert fald ikke nogen legeskammerater, herude på Lars Tyndskids mark.*



## CITATBOKS 14

Pige (15 år): *Ej, det er bare for kedeligt, bare sådan at være i et sommerhus og spille ludo og tage ud og bade lidt ved stranden ved siden af og sådan.*

Far: *Der er for meget "far til fire idyl" over det. (...) Det orker jeg sgu ikke.*

Så er det ligesom at rykke ud i ligusterkvarteret...

Mor: *Så kan vi ligeså godt blive hjemme.*

Mor: *Sommerhus, så tænker man: "Åhh så skal vi til at aktivere ungerne", (...)*

*jeg kan lige forestille mig det: "hvad skal vi nu lave", "skal vi spille" og "kom nu mor, vi keder os". Jeg ved godt, der er mange luksussommerhuse med indendørs swimmingpool og alt det der, men nej, så sidder man der og bider negle fordi "hvornår går de nu tæt på vandet"... nej, det er slet ikke mig, slet ikke.*

venner/veninder med på ferie og/eller underholde børnene. Spørgsmålet er derfor, om fremtidens feriehus kan gøres mere attraktivt for familier med større børn og teenagere, eller om man må acceptere, at mange familier vælger andre typer af ferier, når børnene bliver større, og så blot håbe på, at de vender tilbage senere i livet.

## Uden for sæsonen

Et andet tidspunkt, hvor lejerne synes at miste interesse for feriehuset, er når den absolutte sommerhøjsæson slutter. Der fokuseres derfor ikke uden grund på andre målgrupper, såsom *empty nesters*, hvis ferie ikke er betinget af skoleferier, som led i at forlænge sæsonen. Interviewene med børnefamilier foretaget i høj-/lavsæson giver dog også nogle indikationer på muligheder for forlængelse af sæsonen hos dette segment. For flere familier bliver opholdet i feriehuset i efterårsferien således en mulighed for at komme "lidt" hjemmefra i skoleferier, hvor begge forældre måske ikke har fri men så kan tage på arbejde fra feriehuset i stedet. Derudover fremstår feriehuset også som en mulighed for at tage på kortere ophold og hyggelige "komsammener" med familie og venner, hvilket også er et aspekt som ses blandt de førnævnte "ikke-brugere".

Ikke desto mindre pointerer andre familier samtidig, at et weekendophold i feriehuset er lidt besværligt og ofte ikke umagen værd, hvis det kun er for 2 dage. Derfor foregår weekendophold i feriehusene tilsyneladende ofte i lånte huse, hvor kravet til blandt andet rengøringen ikke er de samme som i udlejningshusene. Flere udlejningsbureauer bekræfter (jf. Larsen 2010), at feriehuset ikke helt formår at udnytte potentialet ved weekendophold, som derimod er en styrke hos feriecentrene. Fremtidens feriehus kunne derfor muligvis sigte mod at gøre feriehuset tilgængeligt for kortere ferier og weekendophold og derved tage et skridt i retningen af en sæsonforlængelse.



ill. 2.16: Lokal handelsmarked.

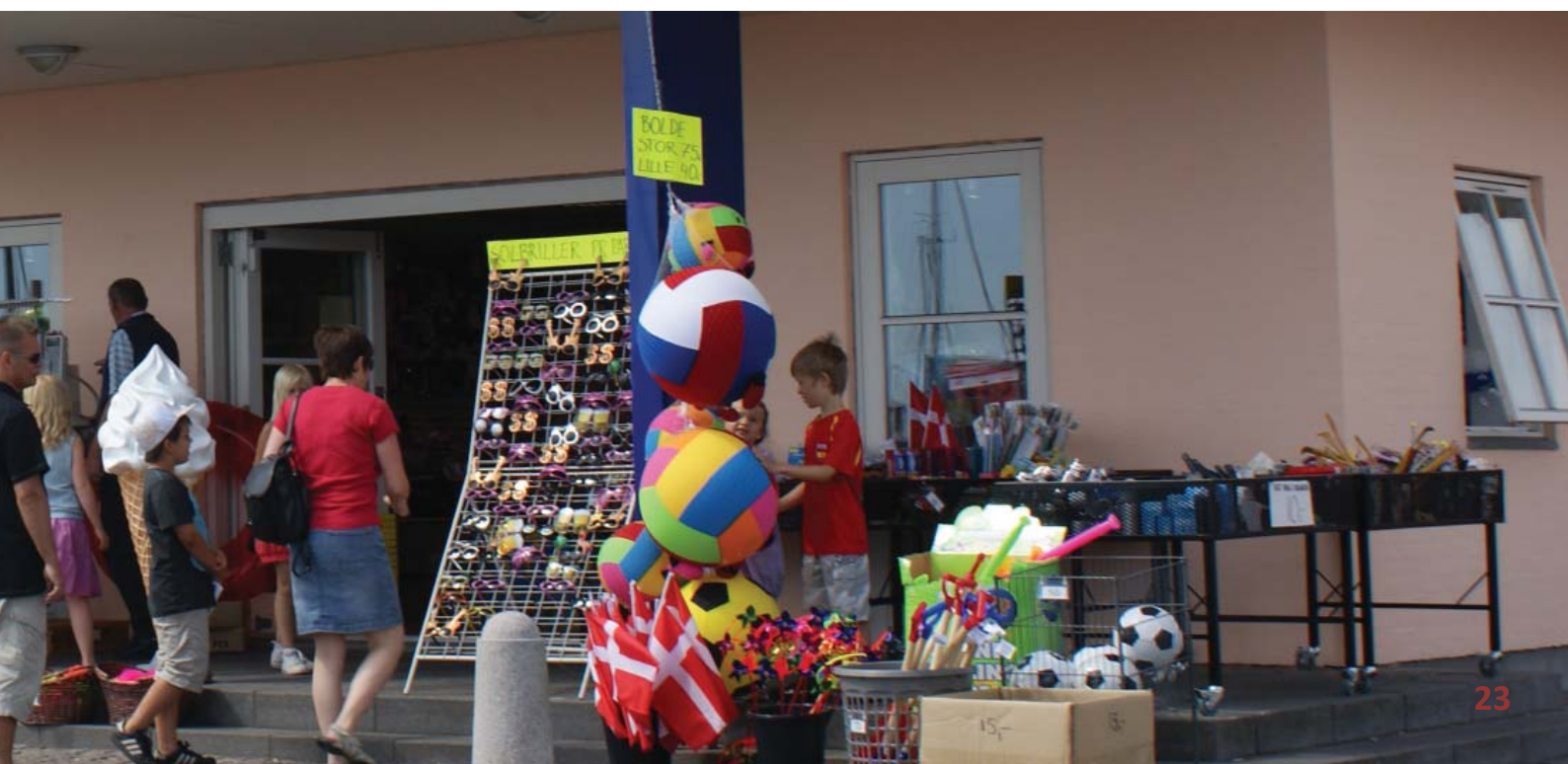
## Opsummering

De dilemmaer og problematikker, som brugerundersøgelsen klarlægger, kan opsummeres i følgende fire hovedspørgsmål:

Hvordan udvikler vi feriehuset og feriehusområdet i fremtiden:

- så vi **fastholder** eksisterende målgrupper af tilfredse turister og samtidig **tiltrækker** nye turister
- så vi **forlænger** feriehussæsonen til også at omfatte skuldersæsoner (for- og sensommer) samt gør feriehuset mere attraktivt for kortere ferier og weekendophold i lavsæsonen
- så vi **imødekommer** større børn og teenagers ønsker om spændende og sjove aktiviteter samt skaber rammen for oplevelser med andre børn
- så forældre, *empty nesters* og feriehuserejer ønsker om afslapning og privat samvær **bibeholdes**

Disse spørgsmål vil således være centrale omdrejningspunkter i den efterfølgende diskussion af stedspotentialer på udvalgte nordjyske case-områder samt projektets forslag til en mulig udvikling af fremtidens feriehus og feriehusområde.







# 3

## STEDSANALYSE

- udvalgte caseområder i Nordjylland

Hals og Blokhuse er to af Nordjyllands største feriemål for feriehusturister. På baggrund af den massive tilstedeværelse af feriehusene og det store antal overnatninger i feriehusene i Hals og Blokhuse er disse to destinationer valgt som oplagte cases for en undersøgelse af fremtidens feriehus og feriehusmiljøer i en nordjysk kontekst.

Dette kapitel vil således præsentere de to caseområder Hals og Blokhuse igennem en analyse af de arkitektoniske og fysiske forhold. Der ved bliver den i kapitel 2 beskrevne brugerundersøgelse relateret til en analyse af ferie-

husområdets strukturelle forhold, herunder arkitektur og landskab. Denne analyse har fundet sted gennem registreringer, hvor der er blevet taget billeder, skitseret og noteret fra de to steder. Analysens mål har således været at give et billede af typiske feriehusområder langs Nordjyllands kyst og se på deres opbygning, funktion og form. For at kunne skabe et anderledes miljø, end det der er i de eksisterende feriehusområder, synes det interessant at se på, hvilke potentialer og problemer, der ligger i henholdsvis landskabet og arkitekturen, som kan bruges i en udvikling af nye feriehusoplevelser.





Analysen er bygget op af tre dele, som berører tre rumlige elementer, der er dele af den samme helhed. I tre forskellige skala-trin zoomer disse dele ind på undersøgelsesfeltet; startende med hele områdets struktur, hvorefter feriehusområderne vil blive undersøgt og til sidst selve feriehuset. De tre dele er følgende:

1. *Næromgivelserne:* Dette omfatter hele det område, som feriehusgæsten besøger, og dækker over byen, stranden og det omkringliggende landskab.
2. *Feriehusområdet:* Denne kategori zoomer nærmere ind på undersøgelsesfeltet og dækker det område, hvori feriehuset er placeret, og medregner således områder og veje med klynger af feriehus.
3. *Feriehuset:* Indbefatter selve huset og grunden. For en nærmere definition af feriehuset se kapitel 1.

Kapitlet afsluttes med en sammenfatning af, hvilke potentialer og problemer der er ved de eksisterende feriehusområder i Hals og Blokhus. Konklusionen på denne analyse er blandt andet, at de nordjyske feriehusområder er for generiske, og at vi med fordel kan bruge det omkringliggende landskab mere aktivt i designet eller re-designet af feriehus og feriehusområder.

## Næromgivelserne i Hals og Blokhus

Hals er beliggende på østkysten af Nordjylland i Aalborg Kommune og er den største feriehusdestination i kommunen med ca. 4500 feriehus. Hals by ligger ud til Limfjorden inden fjordmundingen ud til Kattegat og fremstår som et velfungerende lokalsamfund, samt et centralt turistknudepunkt i området. Her er

bl.a. et levende havnemiljø med restauranter og et mindre center med butikker og torveaktiviteter om sommeren. Hals by er en gammel historisk havneby og i dag er der stadig et maritimt miljø med færge til Egen, et lille skibsværft og enkelte aktive fiskekuttere. I Hals er de omkringliggende landskaber karakteriseret ved østkystens lave vande og de smalle strande efterfulgt af klitterne, heden og skovene. Der er tale om et mere roligt landskab sammenlignet med Blokhus, og Hals området er kendt for de børnevenlige strande med det hvide sand og det lave vand.

Blokhus er et af de vigtigste turistmål i Jammerbugt Kommune. I Jammerbugt Kommune tegner feriehusturismen sig for 41 % af alle overnatninger i kommunen, svarende til 636.100 overnatninger i 2010 (VisitNordjylland 2011) og heraf foregår en stor andel i Blokhus. Blokhus er et tidligere fiskerleje placeret direkte ud til vestkysten. Strukturelt er byen vokset ud fra kysten og har udviklet sig som halvcirkler ind i landskabet. Byens center er byens torv, hvor man om sommeren finder et aktivt handelsliv med butikker, restauranter og andre kommercielle aktiviteter. Det omkringliggende landskab er i høj grad med til at karakterisere byen og er et stærkt element i Blokhus med heden, skoven, stranden og vandet. Vestenvinden er ligeledes en markant faktor, for i modsætning til Hals er Blokhus kendetegnet ved det barske og rå landskab med

store bølger og vilde vinde. Derudover er stranden et meget kendt og besøgt element, hvor dens brede og flade karakter gør det muligt at køre i bil på stranden, hvilket giver en anderledes strandoplevelse. (se fig. 3.02).

## Feriehusområdernes struktur og planlægning

De fleste danske feriehuse er placeret i de cederede feriehusområder kaldet sommerhuszoner, hvor man i planloven har defineret zoner ofte langs kysten, hvor det er tilladt at bygge feriehuse. Et dansk feriehusområde er en tættere bebyggelse af feriehuse, hvor formålet er af rekreativ og fritidsmæssig karakter. For at sikre den rekreative karakter, beskytte de omkringliggende landskabsmæssige kvaliteter og for at sikre at anvendelsen af feriehusene kun sker i sommerhalvåret og i korte perioder i vinterhalvåret, er der en lang række regler for feriehusområderne; f.eks. at bebyggelsesprocenten normalt kun må udgøre 15 %; at områderne er servicere af grusveje; og at man i udgangspunktet kun må bygge i en etage (Dafolo A/S 2011).

Grundet disse regler, har feriehusområderne i både Hals og Blokhus en meget lav densitet, hvor husene ligger på en stor privat grund omgivet af hække og hegn. Dirckinck-Holmfeld og Selmer (2006) beskriver feriehusområderne

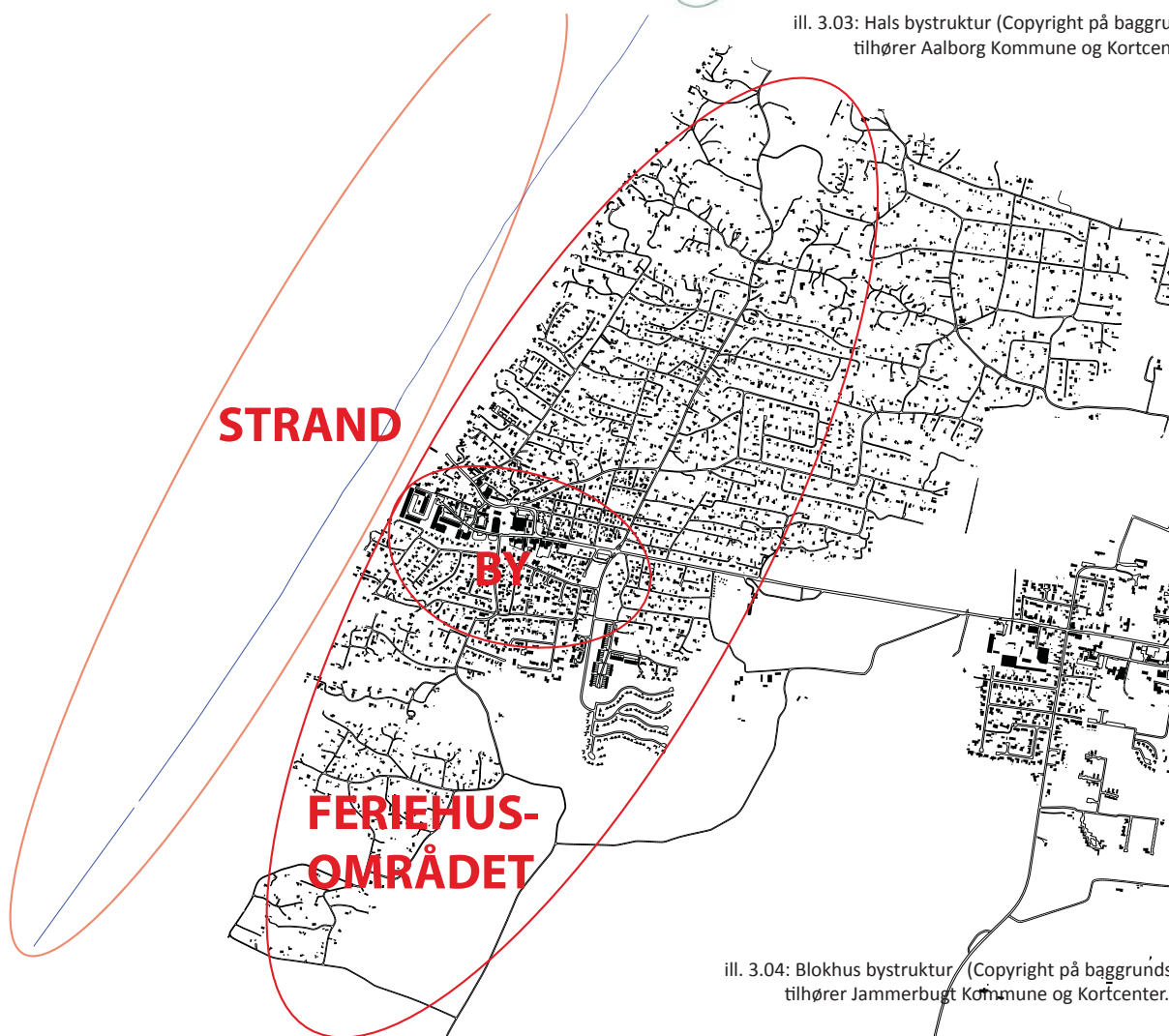


ill. 3.02: Blokhus og Hals beliggenhed i Nordjylland og deres karakteristika.





ill. 3.03: Hals bystruktur (Copyright på baggrundskort tilhører Aalborg Kommune og Kortcenter.dk.).



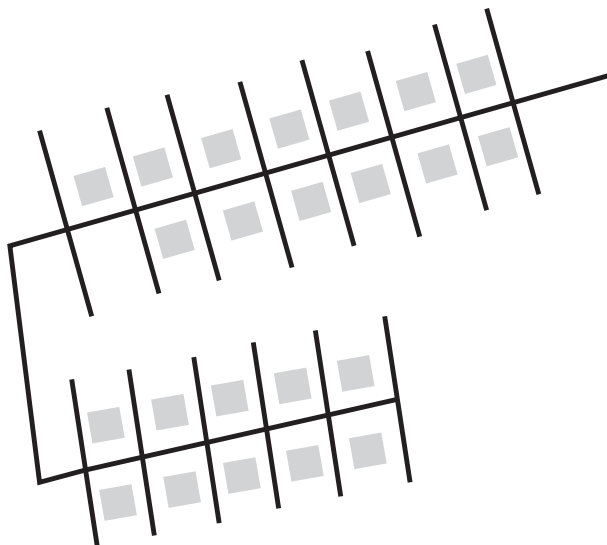
ill. 3.04: Blokhus bystruktur (Copyright på baggrundskort tilhører Jammerbugt Kommune og Kortcenter.dk.).



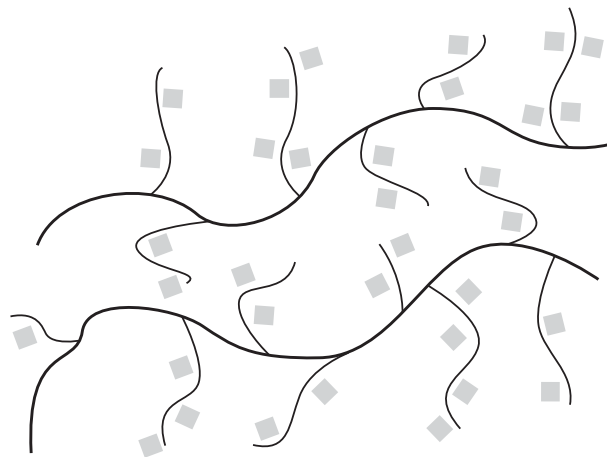
som parallelkvarterer til parcelhusområderne, og ser man på de nordjyske feriehusområder, så er der mange ligheder med et traditionelt parcelhuskvarter. Strukturelt er feriehusområderne bygget op meget lig en "parcelhusbebyggelse" med dennes karakteristiske elementer, såsom den lige stillevej, hvor omkring husene på den privat grund ligger. Det er således matriklerne og vejene, der strukturerer feriehusområderne, og dette giver områderne den klassiske antennestruktur med gennemfartsveje og fordelingsveje, som det også ses i et dansk villakvarter. Denne antennestruktur kan også have en mere organisk form der tilpasser sig f.eks. vestkystens klitlandskab, hvorved husene kommer til at ligge spredt i klitterne.

I Hals ligger hovedparten af feriehusene i et område mellem byerne Hals og Hou langs den nordjyske østkyst på begge sider af hovedvejen Strandvejen. Feriehusene er placeret i klynger tæt på kysten som huse placeret i et "villakvarter", dog adskilt af skovområder. Strukturelt giver dette et mønster af henholdsvis feriehusområder og skovområder, der ligger som bæltter på tværs af den centrale færdselsåre: Strandvejen. Dette har givet et langt "feriehus- bånd" fra Hals til Hou, hvori de individuelle feriehusområder ligger som enklaver. Forbindelsesveje forbinder feriehusområderne til hovedvejen og fra disse forbindelsesveje udstikkes små fordelingsveje, og områderne har den klassiske antennestruktur.

I Blokhus er grænsen mellem by og feriehusområde mere flydende end i Hals. Som tidligere nævnt er byen vokset ud som halvcirkler fra kysten og i de første cirkler blandes ferieboliger med almindelige boliger. Derefter spreder feriehusene sig ud i landskabet, og det er i disse områder at størstedelen af feriehusene er placeret. Hovedparten af disse feriehusområder er struktureret i en parcelhuslignende antennestruktur som i Hals. Men i områderne tættest på kysten er det kystlandskabets topografi, der skaber strukturen. Her snor vejene sig, og husene lægger sig i klitterne og dermed får landskabet en mere aktiv og deltagende rolle i disse dele af feriehusområderne.



▲ ill. 3.05: Den typiske strukturering af et feriehusområde er antennestrukturen, hvor områder er bygget op af større veje med tilhørende fordelingsveje hvor feriehusmatriklen ligger op til.



▲ ill. 3.06: Organisk struktur, hvor vejene følger landskabets terræn.

ill. 3.07: Illustrationen viser de karakteristiske ►  
træk ved feriehusområder

TILBEHØR



AFGRÆNSNING



ADSKILLELSE



FORSIDE



TYPOLOGI



### **Landskabets rolle i feriehusområderne**

Oprindeligt synes feriehusområderne at være opbygget omkring naturlandskaber (strand, hav) og kulturhistoriske identiteter (fx fiske-landsbyerne). Næromgivelsernes landskab har altså væsentlig betydning for feriehusområdernes oprindelse, og feriehusområdernes arkitektur og landskab i forhold til næromgivelserne fremstår som uundgåelige elementer, når vi taler om de ydre rammer for feriehusoplevelsen. Men ses der nærmere på relationen mellem feriehusområde og det omkringliggende landskab i Hals og Blokhushus, så synes feriehusområderne at fungere som lukkede enklaver uden megen relation til næromgivelserne. Husene lukker sig inde ved hjælp af hegn og træer, og vejene er planlagt som lige veje uden andet formål end at bringe folk til/fra feriehuset. Inde i feriehusområdet er der ikke umiddelbart meget, der angiver, hvilket naturlandskab, området er omgivet af. Som Dirckinck-Holmfeld og Selmer fremfører:

*Kun ganske få huse svarer til drømmen om oprindelig-  
hed og nærhed til naturen.  
Mange andre motiver end  
"tilbage til naturen" har  
altså været bestemmende,  
hvilket måske er blandt år-  
sagerne til, at mange som-  
merhusudstyknings og  
sommerhuse er blottet for  
tegn på stillingtagen til den  
natur, som de invaderer."  
(Dirckinck-Holmfeld og  
Selmer, 2006, s. 12)*

Dermed synes feriehuset i traditionel forstand ikke at udnytte det faktum, at det ligger i ofte meget interessante landskabstyper og feriehusområderne har ofte en generisk karakter, hvor feriehusområder rundt i Danmark ligner hinanden. Deres stedsspecifikke karakter er meget sparsom, og dette selvom de ligger lige op af unikke landskaber. Ser man således på de eksisterende feriehus, synes der at være et uudnyttet potentiale i relationen mellem feriehus og omgivelser, og rapportens forfattere er således enige med Lange, Lindhe og Andersson når de fremfører at:

*"Mange sommerhusom-  
råder er skabt uden sam-  
menhæng med landskabet.  
Sommerhusene mangler en  
binding til stedet. Husene  
ligger og råber til hinanden*

*mellem veje, postkasser og  
skraldestativer. Med årene  
vokser beplantningerne,  
og kvarteret skifter fra flad  
mark med spredte byg-  
ninger til storkrat, der  
skjuler bygninger, carporte,  
skure. Men den egentlige  
relation til omgivelserne  
mangler, og derfor bliver  
kvarteret ensartet. Ofte  
farer man vild, da det hele  
ligner hinanden." (Lange,  
Lindhe og Andersson 2010,  
s. 181)*

Ser man imidlertid nærmere på de landskabstyper, der er til stede i nærheden af feriehusområderne i Hals og Blokhushus, så bidrager de i modsætning til feriehusene til at give Hals og Blokhushus en bestemt steds karakter. Både i Hals og Blokhushus er skovlandskaberne en markant landskabstype. Nåleskove dominerer i både Hals og Blokhushus, og det er skoven som rum- og læskabende, der er interessant. I Blokhushus udgør skovene strukturer, der giver læ for vestenvinden, og i Hals står skovens træer som modspil til den ellers meget markante horisontale flade, der karakteriserer østkysten.

Begge steder forefindes der ligeledes hede. Hedelandskabet ligger i mellemløbet mellem strand og skov og er karakteriseret ved det let kuperede terræn. Hede kan groft inddeles i tre typer: græsheder, lyngheder og klitheder. Lyngheden er som navnet indikerer dækket af lyng og andre dværgbuske såsom revling og tyttebær (Holbeck 2008), hvilket giver den karakteristiske lilla flor i sensommeren. Græsheden opstår, når lyngen bliver gammel og ikke forynges blandt andet på grund af manglende afgræsning (Holbeck 2008). Klitheden er domineret af revling, sandart, sandhjelme og lyng og forekommer langs vestkysten. Klitheden ved Blokhushus besidder et interessant farvespil der skifter i løbet af året og især dens lilla flor når lyngen blomstrer smukt. Dette let kuperede terræn og det interessante farvespil gør den til en smuk og interessant struktur.

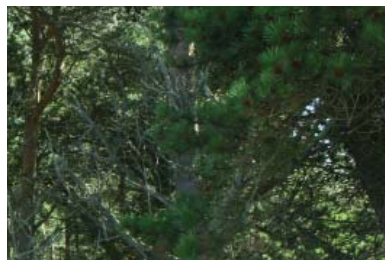
Ligeledes ved Blokhushus er klitlandskabet til stede, som består af bakker af sand, der er formet efter vinden. Disse klitter er oftest og for at beskytte mod sandflugt beplantet med marhalm og hjælm. Klitlandskabet er meget fremtrædende langs vestkysten og ved Blokhushus er de sandede klitter formet af vestenvinden et stærkt karakteristisk træk.



▼ ill. 3.08: Illustrationen viser eksempler på karakteristiske landskabstyper i de to case områder.



LYNGHEDEN



SKOVLANDSKABET



KLITLANDSKABET



KYSTLAGUNEN



Et særligt kendetegn ved Hals området er kystlagunen. En kystlagune er et område med mere eller mindre brakt vand, som er helt eller næsten helt adskilt fra havet af f.eks. sandbanker, rullesten eller klipper (Buchwald 2000). I Hals er det meste af kystlagunen helt bevokset og dette indlejrede lave vand med dens høje siv danner interessante rum og oplevelser, når man bevæger sig igennem området.

## Feriehusets arkitektur

Feriehusenes arkitektur og udseende fremstår i Hals og Blokhushus ofte meget ens, da flertallet af feriehusene, ligesom alle andre steder i Danmark, er standardiserede bygninger i træ. Denne type feriehus har en række ligheder med det traditionelle parcelhus, primært at huset ligger på sin egen selvstændige matrikel, som adskilles fra andre ved hjælp af beplantning eller hegn. Det er huset med den private have, der er den gængse feriehustypologi, og dermed synes tilpassede omgivelser, hvor man "rydder op" i naturen, at være det primære landskabsideal. Privathed karakteriserer denne typologi, som

fordrer afslapning, leg og hygge uden indblanding fra andre. Feriehuset på den private grund kan derfor opfattes som en enhed, der lukker omgivelserne ude og har dermed en meget introvert karakter. Denne type af feriehus er den mest fremtrædende både i Hals og Blokhushus, men i Blokhushus ser man også en mere fri og åben struktur, hvor feriehusene placeret i klitterne ikke er omgivet af hække og hegn og heller ikke har trimmede haver, men derimod klitlandskabets vegetation, der vokser mellem husene.

Arkitektonisk skiller feriehusene sig ud fra et parcelhus, da langt de fleste er bygget i træ både udvendigt og indvendigt. Træet er oftest malet i neutrale farver såsom sort, grå, brun og grøn, som gør at husene tilpasser sig naturens farver. På feriehusgrunden er der derudover en række karakteristiske tilbehør til huset, såsom indkørsel, terrasse, skur, postkasse og skraldespand, og mange har også en have med blomster, gyngestativ, sandkasse mm. Disse elementer kan udføres i mere eller mindre personlig stil og kan være med til at skabe et feriehus med personligt præg.





## Opsamling – fremtidige design-parametre

Dette kapitel har givet en karakteristik af to typiske ferieområder i Nordjylland og deres strukturelle opbygning. Det kan konkluderes at, i både Hals og Blokhus finder de mere konsumorienterede aktiviteter sted i bykerne mens stranden og skovene giver mulighed for at opleve og nyde i boende landskabelige kvaliteter. Det er i det hele taget landskabstyperne i de to områder der giver områderne deres særegne karakter. Landskabstyperne giver et indblik i stedets topografi, klima og bevoksning og disse synes at kunne blive centrale udgangspunkter for arkitektonisk form, fordi det er dem der tilfører Hals og Blokhus deres unikke karakter. Selve feriehusområderne ligger som ensartede enklaver midt i disse landskabstyper, men der mangler sammenhæng til de omkringliggende omgivelser. Derudover fremstår feriehusområderne i samme arkitektoniske stil med huse i træ, og strukturelt er feriehusområderne ligeledes bygget ud fra samme antennestruktur.

På baggrund af stedsanalysen kan der således opsættes følgende dilemmaer og problematikker:

- De eksisterende feriehusområder har en generisk karakter, idet områderne er bygget op om de samme principper, både arkitektonisk og strukturelt
- Feriehusområderne ligger som indadvendte enklaver, hvor sammenhængen og relationen til det unikke omkringliggende landskab er minimal
- Det ligger et ikke udnyttet potentiale i stedernes landskabelige karakteristika som kunne bruges til en udvikling af feriehuset og feriehusområdet







## 4 KONCEPT FORSLAG

### - fremtidens feriehus og oplevelser i feriehusområdet

For at belyse muligheden for en stedsbunden og brugerdriven udvikling af eksisterende feriehusområder og fremtidige feriemiljøer tager projektets forslag til konceptudvikling udgangspunktet i henholdsvis de oplevelsesaspekter, som er blevet identificeret i brugerundersøgelsen, samt de i stedsanalysen fundne potentialer og udfordringer. I dette kapitel vil der først blive fulgt op på de to foregående kapitler, idet der argumenteres for det 'hybride oplevelsesområde' som udtryk for, at feriehusoplevelsen udgøres af forskellige typer af oplevelser og indbefatter varierende fysiske strukturer, hvilket vil udgøre fundamentet for de efterfølgende designforslag til udvikling af nye typer feriehus samt koncepter for udvikling af eksisterende feriehus og feriehusområder.

#### **Det hybride oplevelsesområde**

Af brugerundersøgelsen fremgår det, at de oplevelser, som udspiller sig blandt ferie-

husets brugere (ejere og lejere) i forhold til feriehuset og feriehusområdernes fysiske struktur på den ene side indbefatter en opdeling mellem to typer oplevelser, de *rekreative* oplevelser (afslapning, samvær etc.) og de *aktive* oplevelser (leg, badning etc.). På den anden side fremstår en veksling mellem *landskabet* (fx stranden, skovområde, byerne etc.) og fysiske *interventioner* (remedier medbragt eller til rådighed; fx legeredskaber/-tøj) (se illustration 4.02) som centralt for feriehusferien (Larsen og Laursen 2012). Disse parametre kan for det første være med til at forklare henholdsvis skiftet mellem forskellige oplevelsesområder og -produkter, som foretages af mange familier under ferieopholdet, eksempelvis skiftet mellem landskabsbetonede oplevelser ved feriehuset over for den intervenerede oplevelse i en forlystelsespark, som til sammen udgør en hybrid mellem aktivitet og samvær (jf. ill. 4.03). Men derudover, og centralt for projektets vinkel på den

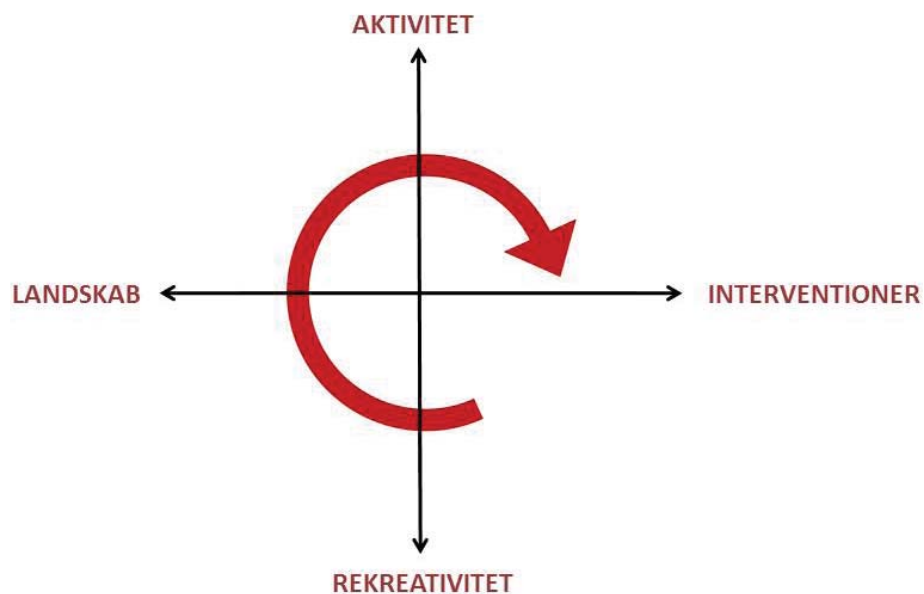


fremtidige udvikling af feriehuset, synes det også at kunne belyse, hvordan man kan skabe rammerne omkring den gode og harmoniske oplevelse i kraft af "hybride oplevelsesområder", hvor afgrænsede områder i højere grad udvikles med henblik på netop at skabe mulighed for forskellige oplevelsesaspekter.

Et eksempel på et sådan hybridt oplevelsesområde ses blandt andet i familiernes oplevelse på stranden om sommeren. Her er landskabet (sandet, klitter, havet etc.) befordrende både for den rekreative oplevelse (solbadning, havudsigt etc.) samt den mere aktive del (bygge sandslotte, bade, leg/løb i klitterne etc.), hvilket endvidere fremmes af familiernes selvskabte interventioner i kraft af den opbyggede "familielejr" til at skabe rammen for det rekreative samvær, mens medbragt legeredskaber (gummibåde, sandsager, fodbolde etc.) højner aktivitetsmulighederne (se ill. 4.04). Oplevelsen opstår således inden

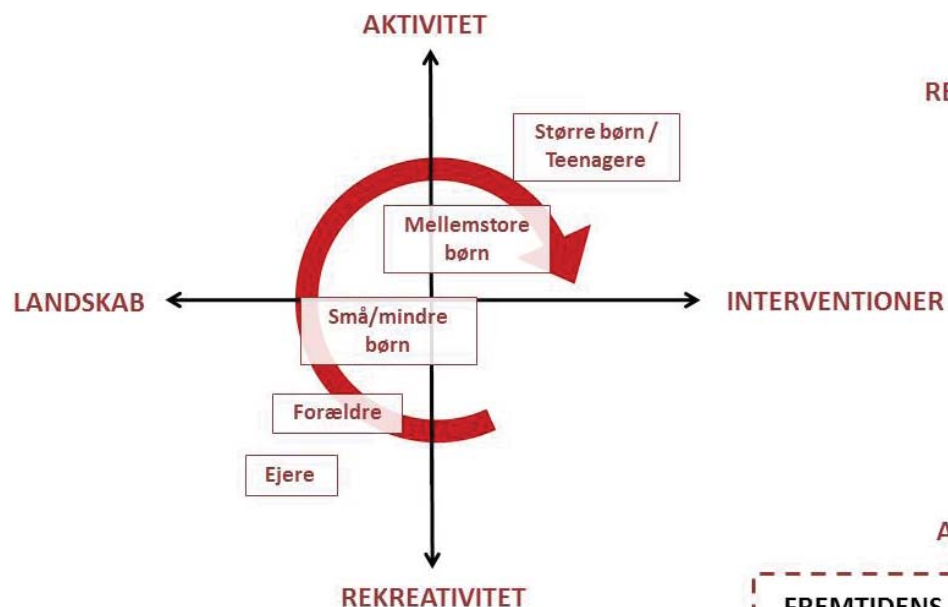
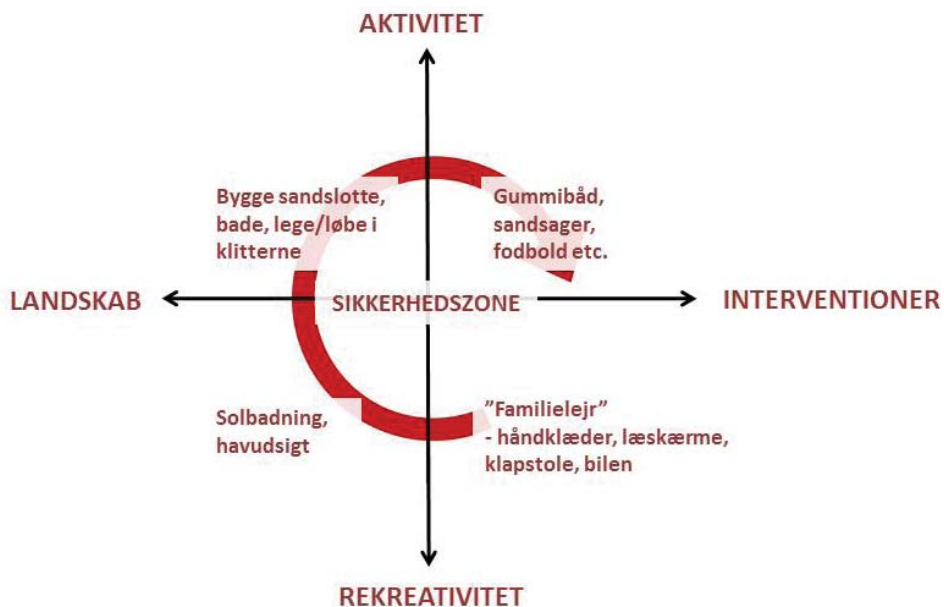
for en "sikkerhedszone" gennem en hybrid af oplevelser, der dækker alle de fire oplevelsesparametre (som indikeret med pilen i figuren) og indfrier på denne måde tilsyneladende både børn og forældres ønsker for en god oplevelse, hvilket kan være en forklaring på strandens centrale betydning for familiernes feriehusoplevelser.

En videre analyse af oplevelsesønsker hos de enkelte brugergrupper (og ikke-brugere), inklusiv forskellene mellem børn og voksnes oplevelsespræferencer, viser tillige en spredning inden for de opstillede parametre. Mens ejere og forældre i lejer-familierne primært ønsker oplevelser, der placerer sig inden for "landskabelig rekreativitet", kræver børnene i takt med deres alder i stigende grad aktivitet, der påkræver formålstjenstlige interventioner. Mindre børn behøver altså kun en lille grad af intervention og aktivitet, hvorimod større børn synes at foretrække høj grad af



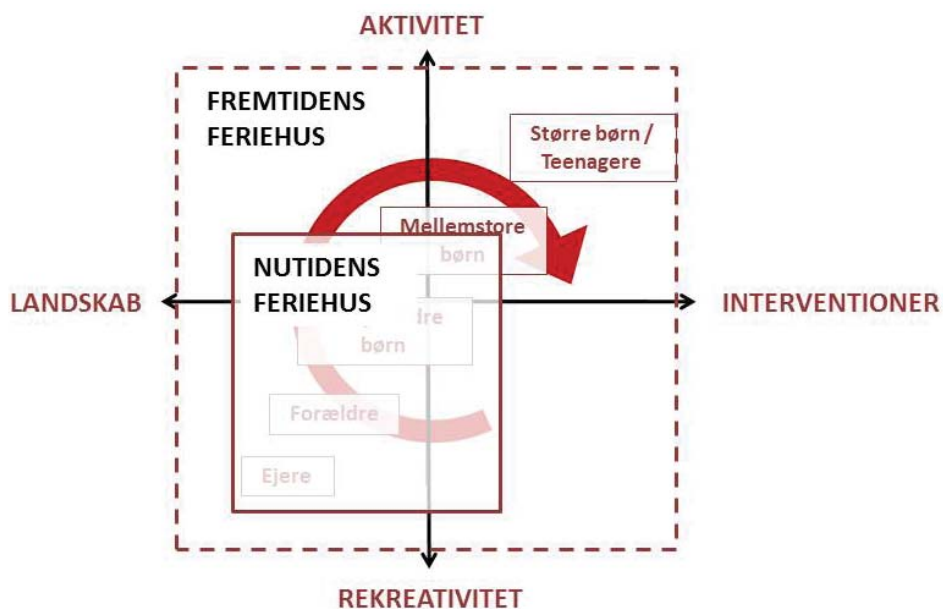
◀ ill. 4.02: Det hybride oplevelsesområde.

ill. 4.03: Den hybride oplevelse på stranden. ▶



◀ ill. 4.04: Hybride oplevelsesønsker i feriehuset.

ill. 4.05: Nutidens og fremtidens feriehus. ▶





aktivitet (nyhed og spænding) som påkræver særlige interventioner (fx forlystelsesparken) (se ill. 4.04). Sammenlignes disse ønsker med realiteterne i feriehuset og feriehusområdet fysiske strukturer og oplevelsesmuligheder, synes dog primært ejere og forældre, samt mindre børns, ønsker for oplevelse opfyldt. Derimod synes større børn og teenagers oplevelseskrav kun i nogen eller ringe grad imødekommet (se ill. 4.05).

Stedsanalysen i kapitel 3 beskriver endvidere modellens horisontale akse, ved at fokusere på de eksisterende landskaber og byggede interventioner i Hals og Blokhushus. Denne analyse viser, at den grundlæggende feriehusstruktur er eget hus på privat grund placeret i en antennestruktur, der indvirker på det enkelte feriehusområdes karakter. Feriehusområder får dermed et generisk udseende og ligner stort set hinanden uanset om de ligger i Hals eller Blokhushus. Feriehusområderne er monofunktionelle enklaver, der kun rummer feriehus og veje, mens der er meget sparsomme aktive og rekreative oplevelsesmuligheder i selve feriehusområderne. Derudover synes feriehuset og feriehusområdet i traditionel forstand ikke at udnytte det faktum, at det ofte ligger i meget interessante landskabstyper og der mangler dermed forbindelse mellem feriehusområdet og det omkringliggende landskab.

Både stedsanalysen og brugerundersøgelsen fremhæver, at landskabet kan have en central rolle i forbindelse med at udvikle feriehusproduktet. Brugerundersøgelsen pointerer, at et af oplevelsesmotiverne for at være i feriehus er at være tæt på naturen og dermed bruges landskabet som oplevelsessted, mens stedsanalysen fremhæver landskabet som et muligt identitetsskabende og strukturerende element. Stedsanalysen pointerer således, at der kunne ligge et uudnyttet potentiale i at inddrage det omkringliggende landskabs karakteristika mere i selve planlægningen og designet af feriehusområdet og feriehuset. Feriehusområderne synes at mangle særegne interventioner såsom beplantning, pejlemærker eller knudepunkter, som kunne invitere brugerne til landskabelige rekreative og aktive oplevelser, og som ifølge brugerundersøgelsen efterspørges af brugerne. Landskabet bliver således inddraget som designparameter til at udvikle nye former for feriehusområder og dermed også andre feriehusoplevelser, end dem vi kender i dag. Hvor de nutidige feriehusområder ligger som parcelhusbælter i nærhed til "skov" og "strand" kunne et fremtidspers-

pektiv omkring udvikling af feriehusområder være at skabe et feriehusområde, hvor der i højere grad spilles på at sammensmelte hus og næromgivelsernes særegne karakteristika.

Udgangspunktet for udvikling af nye feriehuskoncepter vil således tage afsæt i det hybride oplevelsesområde, som vist i ovenstående modeller, og forsøge at sammenholde brugerundersøgelsens data omhandlede brugernes oplevelsesønsker og behov med stedsanalysens fysiske potentialer. De udviklede feriehuskoncepter forsøger på denne vis at diskutere muligheden for at udvikle feriehuset og feriehusområdet, så det i fremtiden udgør et mere hybridt oplevelsesområde og i højere grad dækker alle fire parametre af oplevelsen. I udviklingen af disse nye feriehuskoncepter er tesen i dette projekt at skabe bygninger og interventioner i samspil med landskabet og arbejde aktivt med at udvikle både rekreative og aktive oplevelsesmuligheder i feriehuset og i feriehusområdet.

### ***Fremtidens feriehusområde i 5 nedslag***

Med afsæt i konceptet omkring udvikling af hybride oplevelsesområder vil dette delkapitel præsentere en række design-ideer for nye feriehusmiljøer og tiltag i eksisterende feriehusområder. Afsnittet indeholder tre konceptuelle designforslag til nye feriehusmiljøer ved henholdsvis Hals Havn, Blokhushus Klit og Fårup Sommerland samt to designscenarier for udvikling af eksisterende feriehusområder; et koncept udviklet til Bisnap Strand, og et scenarie, der diskuterer optimering og forandring af eksisterende feriehus på et mere generelt plan. Det afsluttende afsnit omhandler, måder hvorpå der konceptuelt kan arbejde med de eksisterende feriehus, og hvorledes den traditionelle antennestruktur kan løsnes op.

Til hvert scenarie foretages en overordnet undersøgelse af designkonceptet i forhold til eksisterende lovgivning, hvorved realisering i lyset af gældende lovgivning vurderes. På baggrund af de 5 designnedslag opstilles en række punkter, der adresserer vigtige emner i forbindelse med udviklingen af fremtidens feriehus og feriehusområde.

## DESIGNFORSLAG TIL NYE OG EKSISTERENDE FERIEHUSMILJØER

### LYNGHUSENE, BLOKHUS

Langs den nordjyske vestkyst er lyngheden en af de karakteristiske landskabstyper. Det er denne struktur, der er fundet interessant at udnytte i forbindelse med udvikling af et nyt tænkt feriehusområde ved Blokhush Klit, hvor netop lyngheden er meget nærværende. Her får det nye feriehusområde en anderledes struktur ved at lade bebyggelsen mime det let kuperede terræn og stå som bakker beklædt med lyng og andre lave buske. I dette designforslag kommer husene frem af fladen og formes som nye lyngklitter i landskabet. Her simulerer husene en klit ved at forme bebyggelsen med skrå bakkede former og ved

at trække beplantningen op af husenes skrå vægge. Derved bliver huset til en lyngbakke i et lynghedelandskab. Dette designforslag giver dermed feriehusgæsten muligheden for at være tæt på naturen og eksperimenterer med at forstærke nærheden til naturen, således at fremtidens feriehus i langt højere grad end nu stemmer overens med brugerundersøgelsens pointer om, at brugere af feriehusene ønsker at være tæt på naturen, og at naturen er et af de stærkeste oplevelsesmæssige motivations-faktorer for at vælge feriehuset som ferieform.

Husene hæver sig op i to etager for at få udsigt ud over landskabet og indvendigt giver dette et stort rum i dobbelt højde, der med sin glasbeklædte ende giver brugeren oplevelsen af at være midt i naturen, selvom personen opholder sig indenfor. Den indvendige indretning af huset består hovedsagligt af et



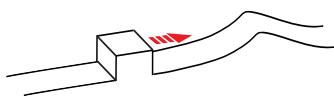
ill. 4.06: Sitet, beliggende imellem Rødhush Klitområde og Blokhush Klitplantage ud til Jammerbugten (Luftfotos venligst udlånt af Jammerbugt Kommune. © COWI).



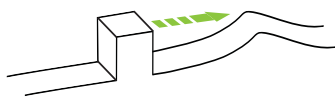
ill. 4.07: Konceptet er at trække klitlandskabet ind over området og lade sommerhusene danne klitlandskabet igennem arkitekturen.



ill. 4.08: Placeringen og organiseringen af sommerhusene differentieres efter to faktorer, udsigt og sol.



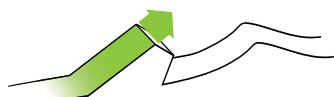
ill. 4.09: Et-etages sommerhuse får ingen udsigt ud over klitområdet og Jammerbugten grundet de foranliggende klitter.



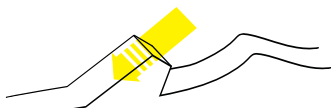
ill. 4.10: Sommerhusene forøges til to etager og får derved udsigt udover klitterne og Jammerbugten.



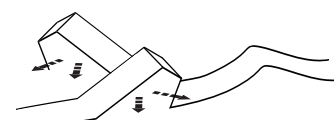
ill. 4.11: Sommerhusene forskubbes for at indarbejde det bedre i landskabet og simulere en klit.



ill. 4.12: Beplantningen trækkes op ad sommerhuset for at forstærke følelsen af klitlandskabet.



ill. 4.13: Ved denne helning af sommerhuset vil sollyset trænge længere ind i rummet.



ill. 4.14: Spejlingen af sommerhuset medfører at flere kan få udsigt selvom de ligger bag hinanden.





▲ ill.4.15: Feriehusene i lyngklitten.  
▼ ill. 4.16: Illustration af huset indefra og ud.

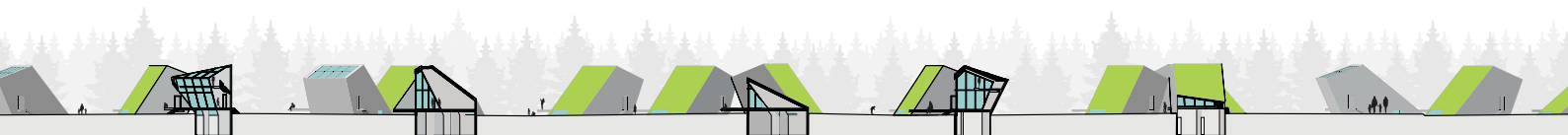






stort dobbelthøjt opholdsrum med stue og køkken. Dette opholdsrum har de store vinduespartier ud mod landskabet, som opløser ude/inde relationen. Opholdsrummet har i grundplan køkken, spiseplads og opholdsmuligheder og øverst er der en stor udsigtsrepos med mulighed for sofaarrangement. Soverum og toilet faciliteter er bygget i kælderen, hvor lysskakter gennem lyngbakken oplyser rummene.

Der er bevidst arbejdet med ikke at opføre hække og hegn, der omkranser den enkelte bolig, og i stedet er der arbejdet med at skabe private rum til hver bygning ved at spejle, dreje og forskyde husene i forhold til sollys, vind, udsigt mm.

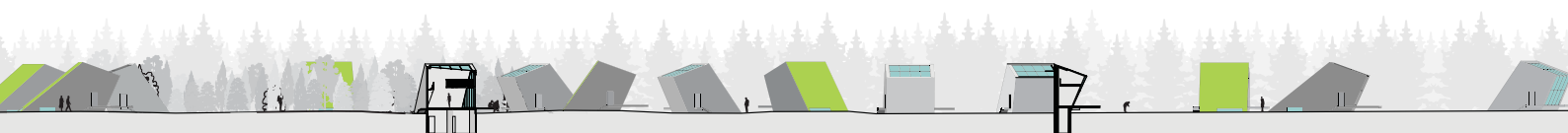






ill. 4.18: Plan over bebyggelsen, hvor bebyggelsesplanens mere organiske form er tydelig (Luftfotos venligst udlånt af Jammerbugt Kommune. © COWI).

I planen (ill. 4.18) ses, hvordan husene er fordelt jævnt ud over området og ikke i en traditionel antenne struktur. Derimod er husene placeret i en organisk struktur, der folder sig ud som et træ eller en gren, der ligger sig ind i grundens landskab.



III. 4.19: 1:500 Snit gennem feriehusbebyggelsen Lyngklitterne.



### **Lovgivningsmæssige rammer- Blokhus klit**

Forslaget er lavet i en eksisterende lynghede ved Blokhus Klit og ligger indenfor den 3 km brede kystnærhedszone. Det er som nævnt et hedeområde, som er en beskyttet naturtype. I Danmark udgør heder kun ca. 2,7 pct. af det danske landareal, og da hederne er en af de naturtyper med størst tilbagegang er hederne beskyttet efter naturbeskyttelsesloven (Holbeck 2008, s. 39) Området er ligeledes omfattet af skovbyggelinjen. Det kan derfor være svært at udnytte en eksisterende lynghede til feriehusområde. Der er dog allerede placeret feriehus i lyngheden både til højre og syd for det tiltænkte område, hvilket kunne tale for muligheden for dispensation til bebyggelse.

### **TRÆTOPHUSENE, FÅRUP**

Fårup Sommerland udgør et oplevelseslandskab med et væld af forlystelser fra vandland til rutsjebaner. Det er et sted med mange aktiviteter og et sted, hvor man bruger krop-

pen og udfolder sig fysisk. Sommerlandets slogan spiller på, at Fårup er et sommerland helt ude i skoven, og det er netop denne sammensmeltning mellem sjov og skov, der er konceptet bag dette design om feriehus i Fårup Sommerland.

Fårup Sommerland ligger inde i landet øst for Hune, og pga. dets placering væk fra strand og klitter er det et område, der kun er underlagt få restriktioner. Sommerlandets landskabelige omgivelser, skovene og markerne, er ikke "originale landskaber" - de er konstruerede lige som alle forlystelserne, og Fårup Sommerland er således bygget op fra en bar mark til en skov af forlystelser i ordets bogstaveligste forstand.

Den nyeste plan fra Fårup Sommerlands side er at udvide forlystelsesparken med overnatningsmuligheder i form af hytter og hotel. Her ønsker de at opføre op mod 500 sengepladser fordelt mellem hotel og feriehytter. Derudover ønsker de at lave en stor hovedbygning med legehal, restauranter mm. I det forslag,



ill. 4.20: Konceptuel tilgang til dette projekt - i et sommerland helt ude i skoven skal man også overnatte helt ude i skoven - dvs. en bebyggelsesplan, hvor trætophuse er placeret i trætoppene i en skov.





▲ ill. 4.21: Bebyggelsen om i trøetoppene.

▼ ill. 4.22: Bebyggelsen der lyser op i nattenllustrationer der viser bebyggelsen.



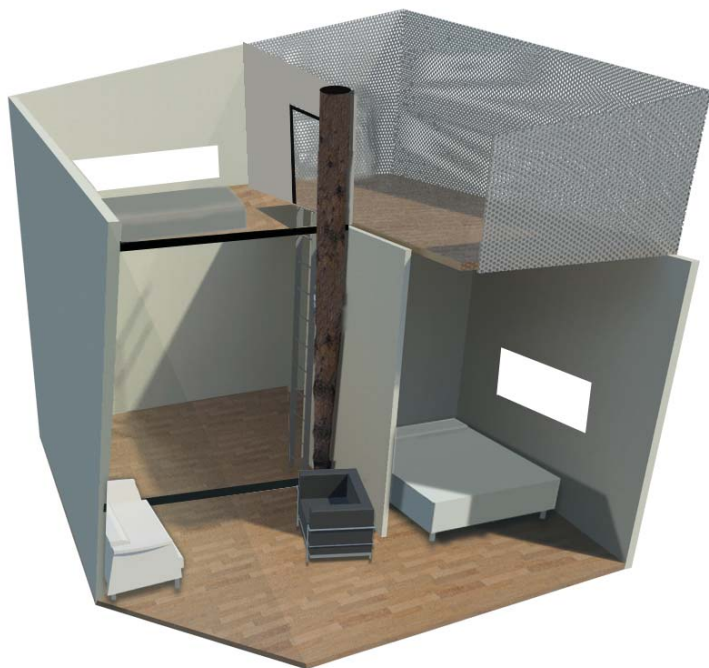




▲ ill. 4.23: Bebyggelsen om i trætoppene.

▼ ill. 4.24: Bebyggelsen indefra.





◀ ill. 4.25: En rumlig afbilledning af hytten.

ill. 4.26: En konceptuel afbilledning af hvorledes ▶  
træ og hytte er sammensat og hvor høj bebyggelsen er, samt hvor højt over niveau den er placeret.



som der allerede er udarbejdet lokalplan for, etablerer de ligeledes et rekreativt havneområde ved en allerede anlagt sø (Jammerbugt Kommune 2010). Det er dette ønske om overnatning, der tages udgangspunkt i i dette koncept.

Designkonceptet foreslår, at man overnatter "helt ude i skoven" ved at "bo helt oppe i trætoppene". Dermed bygger udvidelsen med overnatningsmuligheder videre på Fårup Sommerlands værdier om at sætte leg og sjov i fokus. Dette koncept tager fat i den fyrretræsskov, der er plantet omkring Fårup Sommerland, og i stedet for at fælde træerne for at gøre plads til nye hytter indgår træerne i bebyggelsesplanen, hvor det at bo i en skov afprøves.

Hytterne bygges i trætoppene i 2,5 meters højde. Hytterne består af 1½ etage, hvor der i første plan er en opholdsstue og et soveværelse, samt en trappe der fører op til en hems med yderligere to sovepladser og en tagterasse. Bad og toilet kan enten integreres i hytten, eller man kan installere bad og toilet i fælles toiletbygninger på jorden.

Arkitektonisk er hytterne udvendigt opført i børstet stål og glas, så hytten står i kontrast til træerne, og indvendigt er de udført i træ, således at man får fornemmelsen af at bo i et træ. Der er lagt vægt på sollys og udsigt ved at have store vinduespartier, som giver følelsen af at være oppe i trætoppene, selv når man er indenfor.



### Lovgivningsmæssige rammer – trætophusene

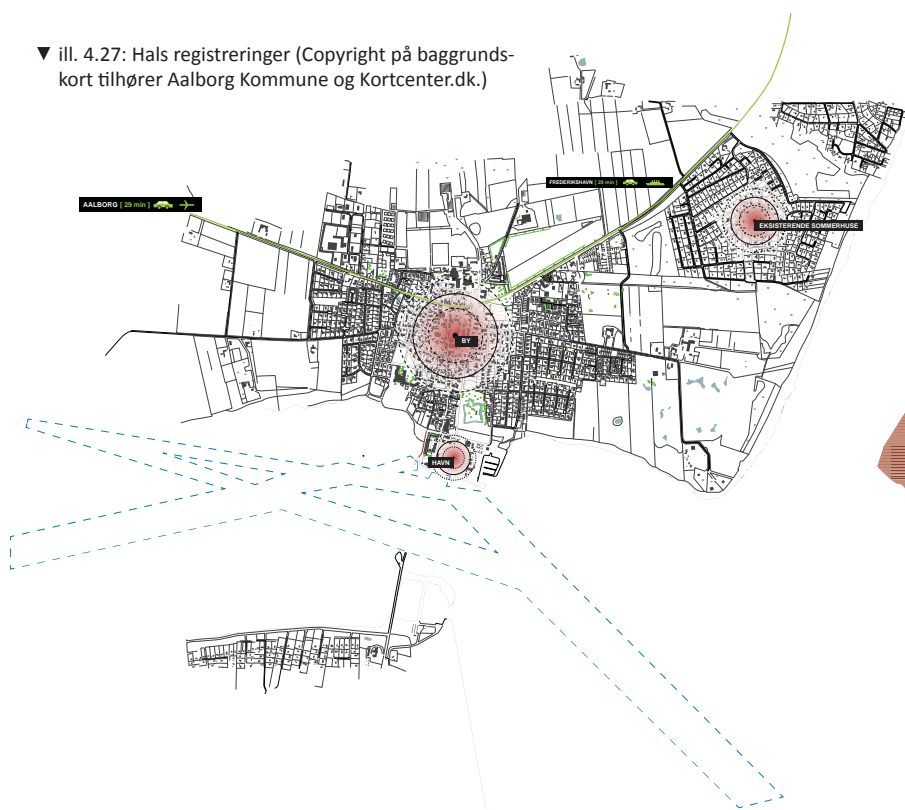
Som nævnt er der lavet en lokalplan for området (Jammerbugt Kommune 2010), der tillader opførelsen af hytter og hotel, så der er ingen umiddelbare forhindringer for at opføre hytterne. Dog står der i lokalplanen, at hytterne må have en maksimal højde på 6 m, hvilket kommer til at skabe konflikt med trætophytterne. Hotelbygningen har imidlertid lov til at have en maksimal højde på 15 m, hvorfor tilladelse til trætophusene med en lidt større højde muligvis kan opnås. Derudover er bebyggelsen skjult i skoven, og den vil derfor ikke virke skæmmende. Af lovmæssige rammer er det mest relevante for Fårup Sommerland skovbeskyttelseslinjen, som er vest

og nord for området. Der er ingen fredninger, men der er nogle naturbeskyttelsesområder, der skal tages hensyn til. Der er bl.a. åbeskyttelseslinjer, hedeområder, engområder og søområder i nærheden af parken.

### FJORDHUSENE, HALS

Som det fremgår af kapitel 3 er Hals området kendetegnet ved nærheden til den relativt rolige østkyst og placeringen i Limfjordens fjordmunding med vand til to sider. Det er ofte nærheden til vandet som turistene efterspørger i forbindelse med et feriehusbesøg i Nordjylland, hvor det at være ved stranden, opleve, betragte stranden er en naturlig del

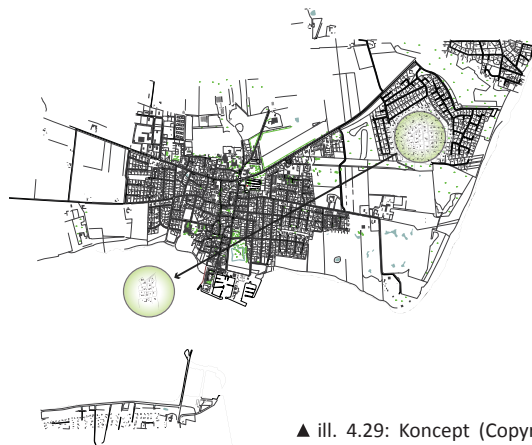
▼ ill. 4.27: Hals registreringer (Copyright på baggrundskort tilhører Aalborg Kommune og Kortcenter.dk.)

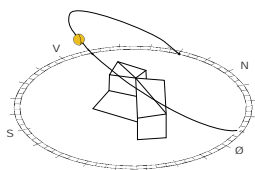


▲ ill. 4.28: Bebyggelses muligheder (Copyright på baggrundskort tilhører Aalborg Kommune og Kortcenter.dk.)

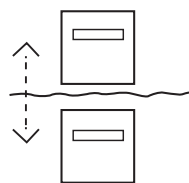


▲ ill. 4.29: Koncept (Copyright på baggrundskort tilhører Aalborg Kommune og Kortcenter.dk.)

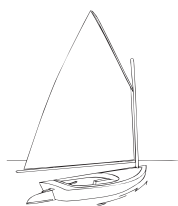




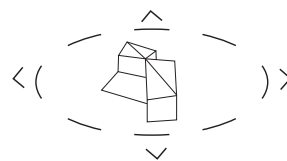
SOL



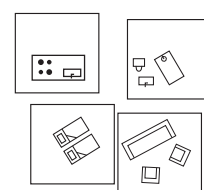
OPLEVESE AF VANDET



DET MARITIME

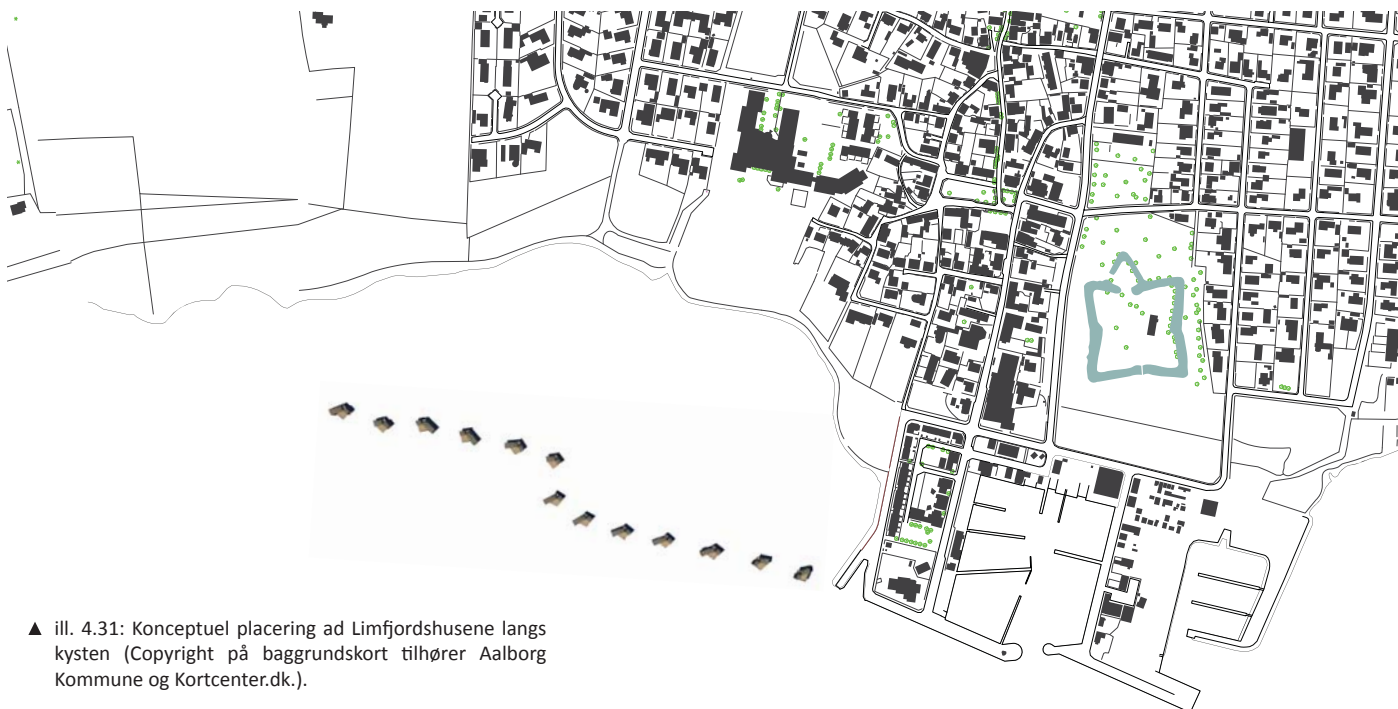


UDSIGT



RUMPROGRAM FRA SOMMERHUS

▲ ill. 4.30: Konceptuelle designparametre.



▲ ill. 4.31: Konceptuel placering ad Limfjordshusene langs kysten (Copyright på baggrundskort tilhører Aalborg Kommune og Kortcenter.dk.).

▼ ill. 4.32: Forslag til designkoncept.



6-8 personers hus



2-4 personers hus







▲ ill. 4.33: Bebyggelse set fra bredden.

af feriehusoplevelsen. På trods af dette er mange feriehusene placeret langt fra stranden.

Dette designkoncept forsøger at imødekomme nærheden til vandet ved at tilbyde 360 graders fjordkig ved at bygge på fjorden, hvor man får adgang til husene ved at bruge en lille jolle. Ved at placere husene på vandet er der optimal udnyttelse af og nærhed til vandet. Konkret placeres husene på vest-

siden af Hals Havn og slynger sig i en række langs med kysten, væk fra sejlbåde. Årsagen til at fjordhusene er placeret vest for Hals er, at dette område omfatter færrest restriktioner. Eksempelvis er dette område ikke EU-fuglebeskyttelsesområde, som er tilfældet øst for havnen.

Husene er bygget op som moduler, som kan sammensættes til forskellige størrelser af



ill. 4.34: Ude og inde rummene smelter sammen pga. de store glaspartier.





huse. Derudover er konceptet, at brugeren skal have oplevelsen af at være både over og under vandet, og derfor er husene bygget således, at soverummene er under vandet, mens opholds- og toiletfaciliteter er over vandet. Endelig ligger rummene op til stor interaktion mellem ude og inde, hvor de indvendige rum forlænges ud på en stor sydvendt terrasse ved hjælp af et stort gennemgående vinduesparti. Endvidere skal der være mu-

lighed for privathed, selvom der ikke er hække og hegn, og derfor er husene placeret med en vis afstand fra hinanden samtidig med at udearealerne er forskudt i forhold til hinanden. Husene er endvidere mobile strukturer fortøjret til et pælesystem, hvorved de kan flyttes til andre steder, eksempelvis afhængig af sæson. Fortøjringen betyder, at husene bevæger sig efter vandet, og den vuggende bevægelser giver en fornemmelsen



ill. 4.35: Udsigt indefra og ud.

af at være på en båd. Derudover er de koblet til et ledningsnet med kloak, vand og elektricitet, der ligger på bunden af vandet.

### **Lovgivningsmæssige rammer – fjordhusene**

Området er ikke underlagt Natura 2000 restriktioner – det er kun gældende øst for havnen - og derfor synes det oplagt at udforske om området ude på fjorden kan benyttes til feriehuse. De områder, der ligger inde på land, er i kommuneplanrammerne bestemt til rekreative formål samt parkering (Aalborg Kommune 2012A), men disse synes ikke at indvirke på, hvad der er tilladt at lave på vandet. I forhold til naturbeskyttelse er der ingen naturbeskyttelse på vandet, men vest for området er der en strandengbeskyttelse på landjorden, og området ligger inden for den 3 km brede kystnærhedszone.

### **BISNAP+**

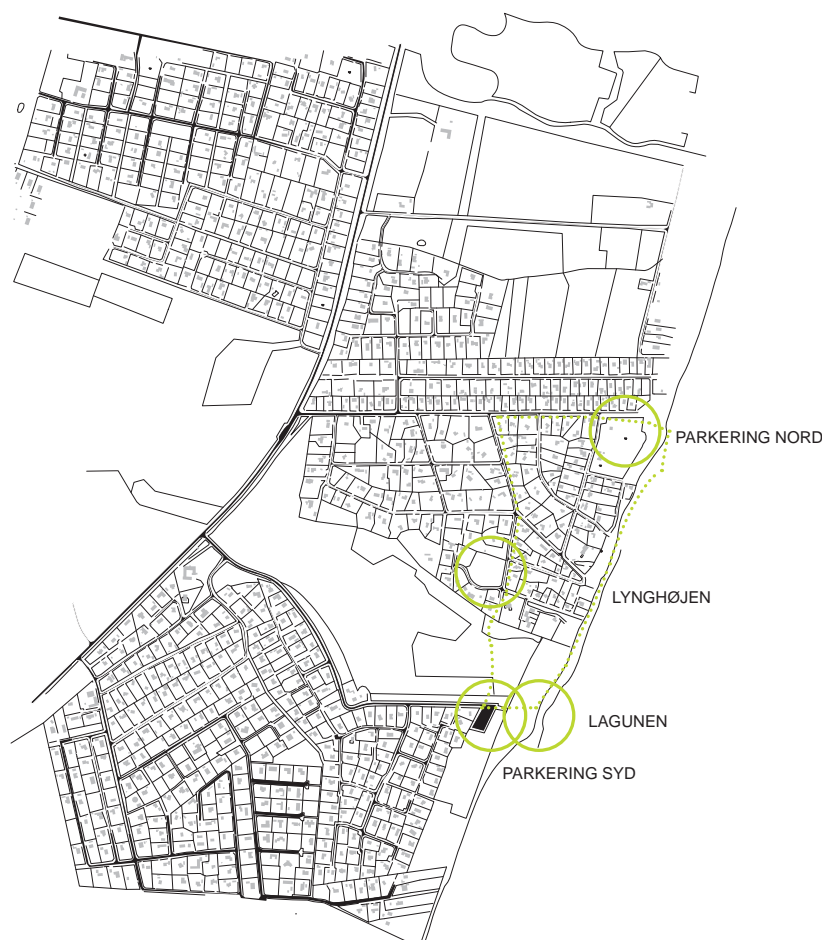
Bisnap strand er placeret ved den nordjyske østkyst mellem byerne Hals og Hou. Stranden er tidligere blevet udnævnt til Danmarks bedste badestrand af Jyllands-Postens læsere, hvor det var strandens børnevenlighed, der især blev pointeret. Stranden er ca. 6 km lang og er karakteriseret ved det lave vand, det hvide sand og de smalle klitter. I forlængelse af vandet og stranden er der et bredt landskabsbælte, der bl.a. består af hede, lagune og skov, og som gør strandområdet til en mangfoldig naturoplevelse. Dette er efterfulgt af et typisk feriehusområde, som ligger langs med stranden, og som er udformet i en antennestruktur med huse fra forskellige tidsperioder placeret på private grunde omkranset af hække og hegn. Nogle steder ligger husene næsten helt ned til vandet, og andre steder ligger husene gemt væk af træer længere væk fra stranden.

Stranden og det tilstødende landskabsbælte er områdets primære attraktion, som giver området værdi, mens selve feriehusområdet synes at have en meget indadvendt karakter. Feriehusområdet består udelukkende af private enheder, hvor turisten/ejeren opholder sig, og den eneste form for mere offentlig brug af feriehusområdet er, når folk bevæger sig til og fra feriehusene (jf. kapitel 2, brugerundersøgelsen og kapitel 3 stedsanalysen). Der er imidlertid muligheder for at skabe oplevelser på kanten af landskabsbæltet, og

inde i selve feriehusområdet fremkommer enkelte ubrugte frirum, som kunne aktiveres og dermed skabe en merværdi i området.

Designkonceptet ser på, hvordan og hvor man kan skabe flere udendørs oplevelsesmuligheder i et traditionelt feriehusområde, således at området bliver mere attraktivt også udenfor sommersæsonen. Derudover forsøger designforslaget at understøtte brugerundersøgelsens pointe om, at udendørsaktiviteter er en central del af feriehusferien, idet forslaget søger at udvide muligheden for udfoldelse i landskabet tæt på selve feriehuset, så også børnefamilierne i højere grad end nu kan samles om en gåtur rundt i området. Det gælder om at skabe nye oplevelser ved at udnytte og fremhæve det varierede landskab, der kan være lige så interessant som stranden.

Fire fokuspunkter med vidt forskellige karakteristiske landskabstyper er udvalgt i og omkring Bisnap: Lagunen, Parkering Nord (græsplænen), Lynghøjen og Parkering Syd (skoven). Disse bearbejdes med forskellige



▲ ill. 4.36: Plan over området - de fire nedslag og stisystemet der forbinder dem (Copyright på baggrundskort tilhører Aalborg Kommune og Kortcenter.dk.).





LAGUNEN



PARKERING NORD



PARKERING SYD



LYNGHØJEN



aktiviteter og mødesteder, og de kan enten opleves hver for sig eller som et samlet hele, hvor de samlet danner en interessant gårute gennem feriehusområdet og langs stranden. Dermed skabes et samlet oplevelsesforløb igennem feriehusområdet, der bidrager med en merværdi. Dette oplevelsesforløb er især tiltænkt børnefamilier, hvor den for børn ofte lidt kedelige gåtur får et lege- og udfoldelsesmæssigt tillæg (jf. brugerundersøgelsen i kapitel 2). Dette skal gøre området mere attraktivt at færdes i, samt lægge op til at børn og voksne i højere grad end nu interagerer med området. I den forbindelse er det tanken, at et bevidst arbejde med udviklingen af det gode legested i feriehusområderne skal være med til at styrke børnenes og dermed også forældrenes oplevelse i feriehusområdet.

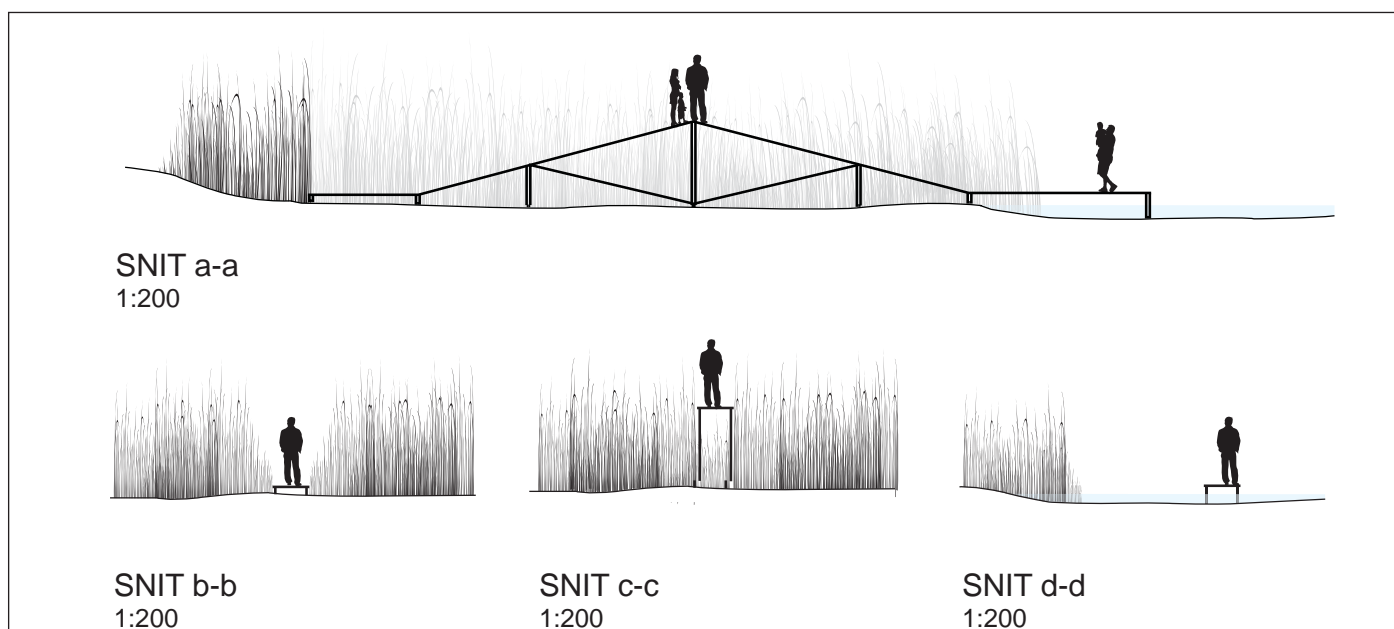
Kystlagunen ved Bisnap er helt bevokset, og den indbyder til, at man gerne vil se ind i og op over alle sivene. Denne nysgerrighed til at udforske lagunen og få mulighed for at komme ind i Lagunen ved at være omkranset af de store siv, og det at komme op over sivene og se udover det flade kystlandskab, er det dette designforslag forsøger at gøre muligt. Der anlægges en sti, der både snor sig og trækker folk ind i området, men som også henholdsvis hæver og sænker den gående og derved giver den gående nogle unikke oplevelser. Lagunen opfordrer således til en gåtur med indbygget leg og oplevelser og henvender sig til familien på gåtur, hvor man kan udforske det landskab, man færdes i og dermed fremme sanseoplevelsen af lagunen.



▲ ill. 4.38: Siteplan 1:500 ved Lagunen.



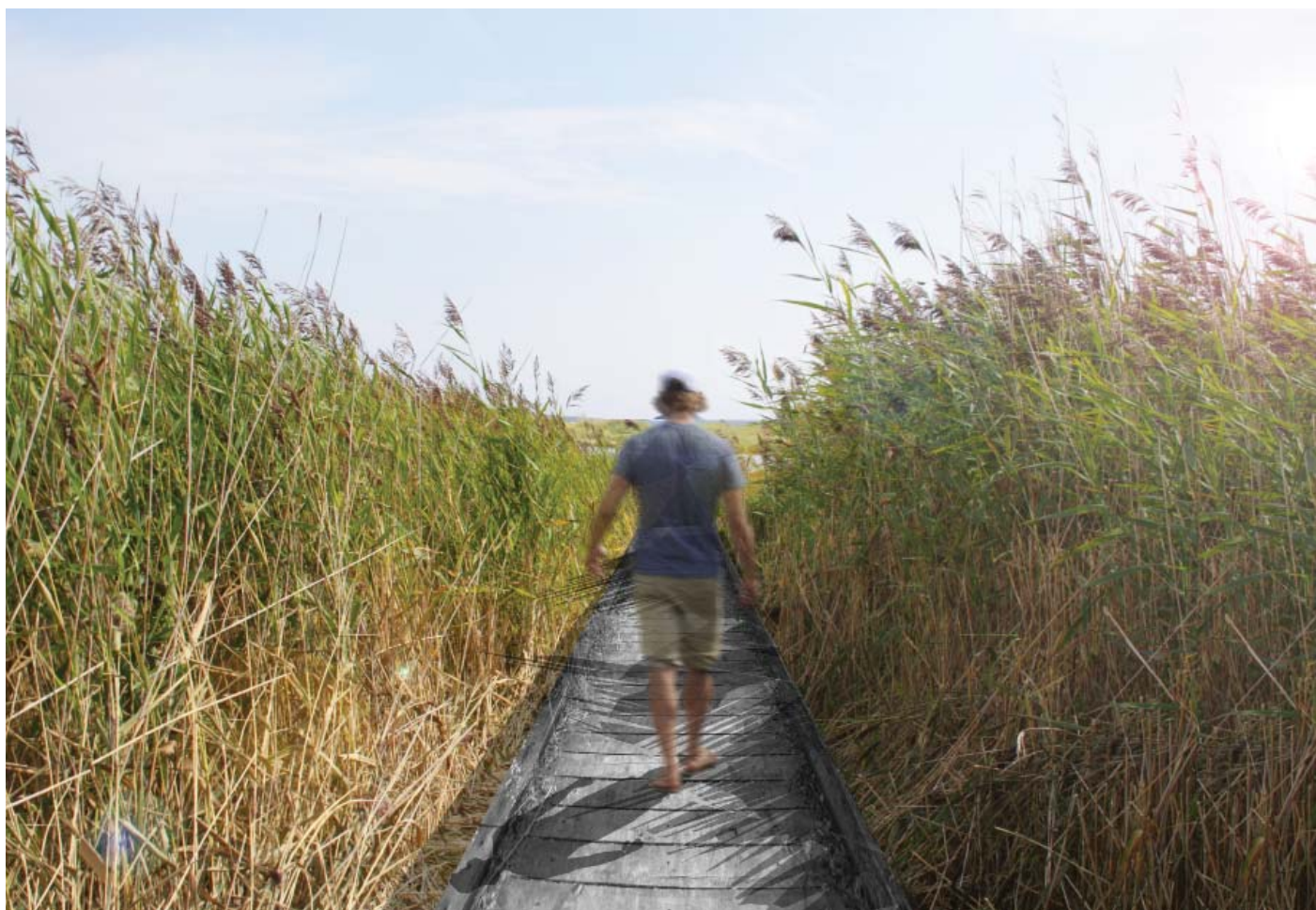
▼ ill. 4.39: Snit.





▲ ill. 4.40: Stisystemet hæver sig over lagunelandskabet.

▼ ill. 4.41: Stisystemet løber ind i de høje siv.





Parkering Nord bruges til parkering primært i forbindelse med strandbesøg. Parkeringspladsen består af et parkeringsareal, en toiletbygning, to faldefærdige fodboldmål og nogle få borde og bænke. Det er således meningen, at dette område allerede i dag skal ligge op til både parkering og ophold, men området synes ikke imødekommende og kunne med få tiltag blive et centralt sted i området. Dette designforslag ligger op til, at området fortsat skal være en parkeringsplads, men leg og opholdsfunktionen udbygges betragteligt. Tanken bag er at forlænge det bakkede klitlandskab ved at forlænge de eksisterende klitter ud i et kunstigt bakkelandskab. Dette bakkelandskab er formet med stringente, geometriske græsbeklædte bakker, der ligger på linje en smule forskudt for hinanden. Dette bakkesystem forlænges videre mod vest, hvor det bliver til en flade med mulighed for løb, leg og boldspil. Området inviterer således til leg og udfoldelse for børn og barnlige sjæle, mens forældre og ældre kan finde en læ-krog i bakkerne samtidig med at de holder øje med børnene. (Se ill. 4.43 & 4.44).

Parkering Syd ligger på kanten til et skovbælte og er karakteriseret ved høje fyrretræer og tæt beplantning. I dag bliver parkeringspladsen ikke brugt særlig meget. Det særlige ved dette sted er, at parkeringspladsen virker som en lysning midt inde i den tætte skov. Det er træernes vertikalitet og den huleagtige fornemmelse, der er mellem træerne, som

giver parkeringspladsen dens særpræg, og det er disse træk, der arbejdes videre med. Der foreslås et hævet stisystem oppe i trætoppene, som giver muligheden for at komme op og kigge ud over hele Bisnap-området samtidig med at man færdes hævet over jorden og mærker højdeforskellene ved at bevæge sig mellem træerne. Dette muliggør at man kommer helt tæt på skoven og både mærke de tætte trækroner og skovens mørke, samtidig med at man får fine udsigter over hele det flade område i Bisnap. (Se ill. 4.42, 4.45-49).

Det sidste nedslag i Bisnap er Lynghøjen, som er placeret inde midt i feriehusområdet, og er et lynghedeområde med en central placeret gravhøj. Lynghøjen ligger som en lomme mellem alle feriehusene, der skaber variation i et ellers meget homogent område. Området har ikke nogen funktion, udover at gravhøjen er placeret der, men giver imidlertid indtryk af årstidernes skift og fornemmelsen af landskabets tilstedeværelse. I dette designkoncept bevares Lynghøjen i vid udstrækning som den er, blot arbejdes der med at aktivere området således, at det omdannes til et aktivt friholdt område, hvor man kan gøre ophold, når familien er ude at gå tur. Det lyngklædte dække bevares og ovenpå ligges en let metal-konstruktion, som fremstår gennemsigtelig som et net. Dette net fungerer som klatrestativ for børn og voksne, hvorved den bliver til en lille forhindringsbane. (Se ill. 4.50).



▲ ill. 4.42: Siteplan 1:200 Rute med udsigtstårne ved Parkering Syd.



▲ ill. 4.43: Omdannelse af parkeringspladsen til nye oplevelser ved Parkering Nord.

▼ ill. 4.44: Leg og ophold i bakkelandskabet ved Parkering Nord.

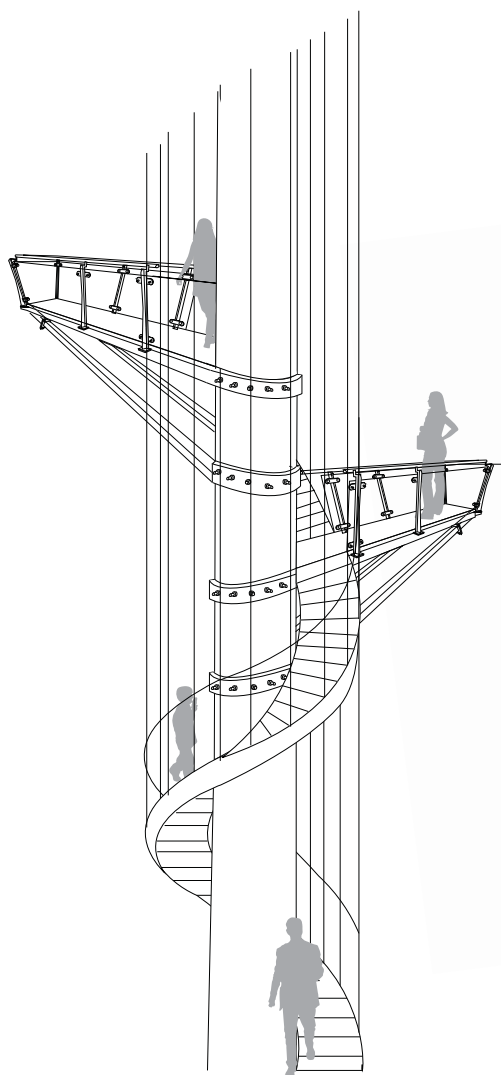




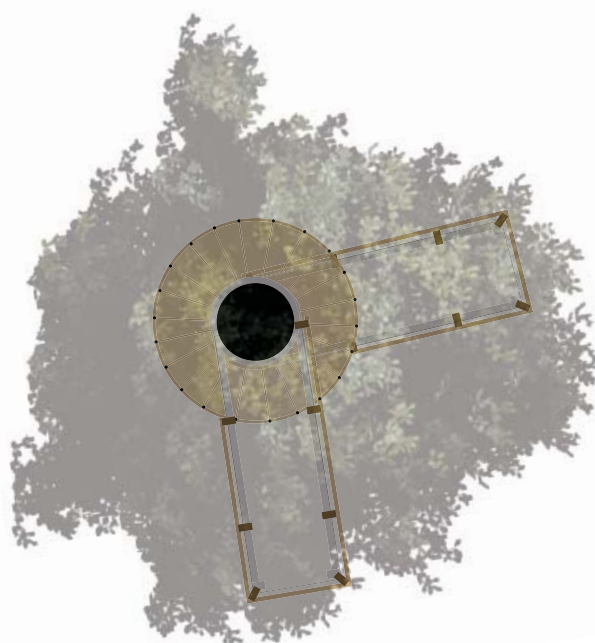


ill. 4.45 Udsigt udover kysten fra trætoppene ved Parkering Syd.

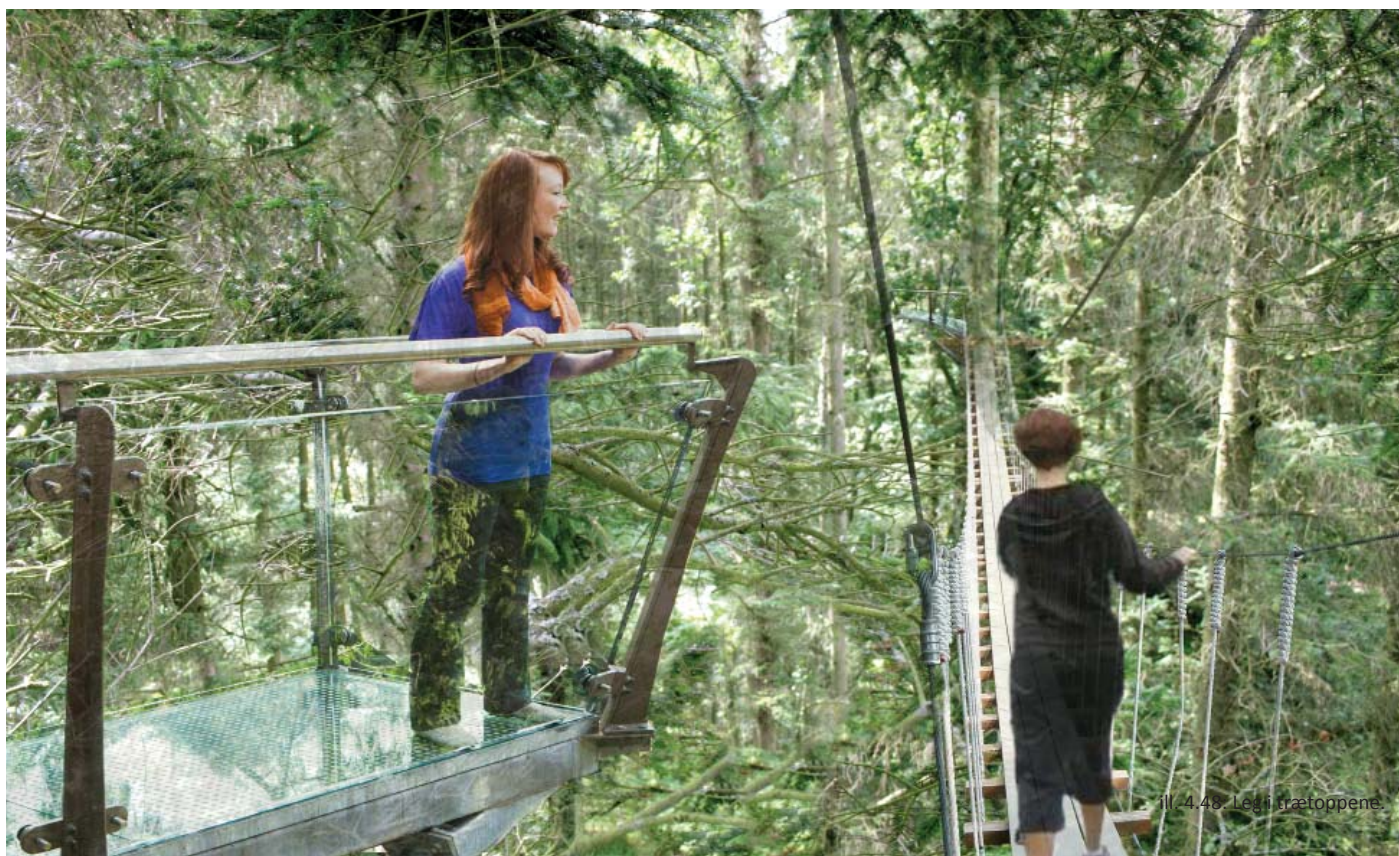
▼ ill. 4.46: Principskitse perspektiv udsigtstårn.



▼ ill. 4.47: Plan 1:50 Udsigtstårn.







### **Lovgivningsmæssige rammer - Bisnap+**

Dette aktivitets- og rekreativetskoncept skal nænsomt tænkes ind i omgivelserne og skal bygge på de landskabelige kvaliteter, der er på stedet (Kirkegaard, Laursen og Therkelsen 2012). For at en sådan intervention kan udvikles, skal der dispenseres fra lovgivningen, men hvis denne intervention har en midlertidig karakter (f. eks. at den fjernes om vinteren), så er en dispensationsordning ikke udelukket. Stier og gangforløb eksisterer allerede i området, og det er muligt i forbindelse med etablering eller renovering af stier at udbygge med nogle af de forslåede interventioner. I kommuneplanrammerne nr. 9,6,7So8 står der følgende:

*"Der skal sikres et sammenhængende stisystem i sommerhusområdet, der skal give en direkte og sikker adgang til stranden og til de grønne områder" (Aalborg Kommune 2012).*

Dermed kunne nogle af oplevelsesforslagene måske indgå i en optimering af det eksisterende stisystem. En af de bindinger, der skal tages hensyn til, er at Bisnap strand og hele feriehusområdet er indenfor den 3 km brede kystnærhedszone. Derudover er lagunen fredet og kystområdet er underlagt Natura 2000, hvor stranden og havet er del af et

større EU-fuglebeskyttelsesområde og et EU-habitatområde. Derudover eksisterer et antal fredninger i området: Lynghøjen er et fredet fortidsminde; lagunen er fredet strandeng og der er områder med fredskov og fredet hede. Endelig er der strandbeskyttelseslinjen; skovbyggelinjen og fortidsmindebeskyttelseslinjen der skal dispenseres fra.

### **Eksisterende huse – konceptuel tilgang**

Der er ingen tvivl om, at selve feriehuset udseende og indretning har stor betydning for lejerens vilje til at leje et bestemt feriehus. Flere undersøgelser (eks. Hjalager & Staunstrup 2009) viser, at komfort, størrelse og moderne bekvemmeligheder er vigtige faktorer. Som de tidligere analyser demonstrerer ligger hovedparten af alle feriehusene på en stor selvstændig matrikel, og hvis de gældende regler i lokalplan og kommuneplanrammer er overholdt, er det helt op til den enkelte ejer at bestemme, hvorledes feriehuset skal se ud både i forhold til husets og grundens udseende. Det er således ikke muligt at "tvinge" et bestemt udseende ned over eksisterende feriehus og -grunde. Der kan imidlertid udarbejdes en ny lokalplan for eksisterende feriehusområder med forslag til den fremtidige udvikling. Der er dog ingen handlepligt for den enkelte grundejer i forbindelse med en ny lokalplan, så hvis grundejeren ønsker at bevare det eksisterende feriehus i sin



pågældende form, vil en ny lokalplan ikke føre til ændringer.

Der er dog en lang række feriehuse primært bygget i 1960'erne og 1970'erne, der synes at trænge til fornyelse – alt lige fra decideret ombygning til simpel vedligeholdelse i form af nye vinduer, tag, beklædning mm. Derfor vil det følgende give en række forslag til, hvordan man kan indtænke ny aspekter i eksisterende feriehuse.

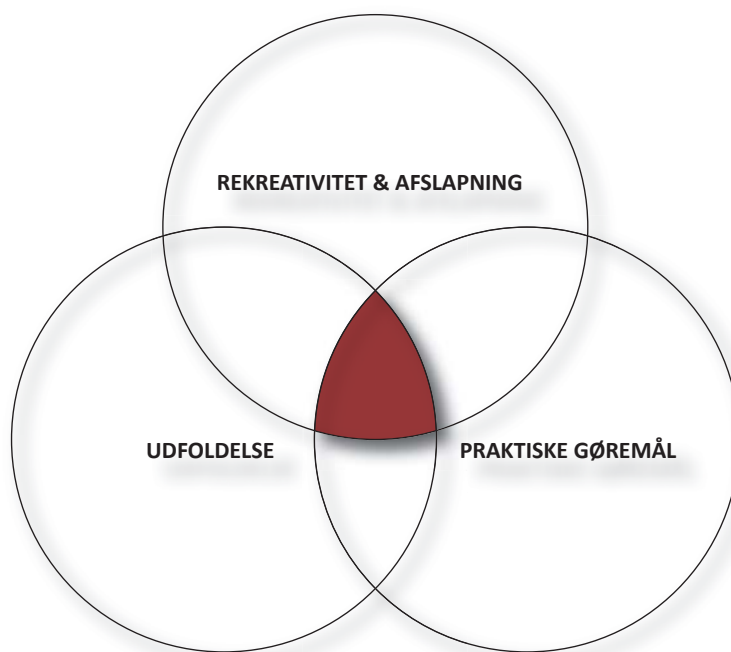
I lighed med designforslagene for nye feriehuse, er følgende grundtanke central for de efterfølgende designforslag til eksisterende feriehuse: Bevidst samspil mellem natur og arkitektur forøger husets herlighedsværdi. Dette kunne ske ved at arbejde med at nedbryde matriklen og derved skabe arealer til fællesskab i naturen. En feriehusgrund er ofte forholdsvis stor, da bebyggelsesprocenten kun må være 15 % og man kunne udlægge eksempelvis 5-10 % af en grund til semi-offentlige formål. Hermed bliver grænserne mellem privat og offentlig nedbrudt, hvilket kan være med til at skabe møder på tværs og der kunne skabes flere krydsningsflader mellem de forskellige brugere af feriehusområderne, f.eks. børn der søger legekammerater. Dette fælles areal kunne f.eks. benyttes til at udlægge en fælles sti igennem området, et fælles bålsted el. lign. I dag ser man allerede fællesstier på den private matrikel i nogle feriehusområder med fredede naturgrunde. Her har man nedtrådte stier, der snor sig igennem grundejeres private grund, og som benyttes af de forskellige feriehuse i fællesskab. (Se ill. 4.55).

Det er også oplagt at arbejde med at opdele haven for at kunne imødekomme aktivitet (børnene) overfor rekreativitet (forældrene). Dette handler om at skabe haver, der ikke kun består af en stor plæne, men som både har afskærmede områder, der giver tryghed og privathed, samtidig med at der er områder i haven, der har en mere åben karakter, som kan skabe fællesskab på tværs og mulighed for udfoldelse. Som det er i dag så lever mange feriehushaver ikke op til, at den skal kunne aktivere børnene. Derfor kan man arbejde med at lave bakker og andre naturlige installationer, der kan opfordre til forskellige former for leg. I det hele taget kunne en form for zoneopdeling af grunden og huset være interessant, hvor man arbejder med zonerne og interaktionen mellem dem, sidstnævnte fordi børn og forældre også ønsker samvær, og ikke mindst fordi forældrene ønsker muligheden for at holde øje med børnene, mens de slapper af. Denne tanke om zoner og interaktion er også vigtig i forhold til forholdet mellem

hus og have, således at børnene kan lege ude i haven mens forældrene kan opholde sig i eks. køkkenet og stadig være i stand til at holde øje med dem fra et vindue. (Se ill. 4.56).

Endelig skal husets indvendige indretning også være sådan udformet, at husets fællesrum muliggør, at alle kan finde plads, og her kunne man igen tale om en zoneinddeling, hvor stuen/køkkenalrum er indrettet med zoner til leg, afslapning og interaktion, men også til udfoldelse af praktiske ting, som køkkenarbejde, spisesituationer mm. Lege- og udfoldelseszonen skal være sikker uden farer såsom en varm brændeovn eller ting, der kan gå i stykker. Det skal være en brugbar flade, hvor børnene kan udfolde sig. Rekreativits- og afslapningszonen kan bestå af en eller flere nicher i form af et TV-område, stedet med den gode stol eller en niche med en god udsigt. Den praktiske zone består af køkkenet og spiseområdet, hvor der laves og spises mad og i stedet for at forældrene mister interaktion ved at gå ud og lave mad, så skal interaktionen bevares ved at placere denne zone i visuel nærhed af de andre, og indrettet således at det er nemt for børn og voksne at lave mad sammen. (Se ill. 4.57).

Et sidste parameter der kan arbejdes med er skabelsen af transparens. I brugerundersøgelsen pointeres det, at samvær er et centralt aspekt ved feriehusferien og udgør forældrenes primære kerneoplevelse. Dette kan understøttes ved at arbejde arkitektonisk med transparens, som handler både om at nedbryde barrierer mellem ude og inde, men også om at skabe en gennemsigtighed og en let aflæselig arkitektur. Eksempelvis kan en stor glasfacade få beboerne til at føle, at omgivelserne fortsætter ud over væggene ud i naturen, hvorved glasfacaden giver følelsen af at haven/landskabet er inkluderet i boligen (Richardson, 2011). Arkitekturen skal muliggøre, at huset om sommeren opfattes som transparent, hvor ude og inde smelter sammen, mens om vinteren skal huset være en "hule", hvor familien samles inde i huset omkring hyggeligt samvær. Dette kan skabes ved at arbejde med moduler, der kan skydes til side og åbnes op, for derved om sommeren at åbne helt op og om vinteren at afgrænse huset. Ved at have en sådan fleksibel struktur bliver huset om sommeren meget "større", da hele haven bliver en del af huset, mens huset bliver "mindre" om vinteren, hvor haven lukkes ude. (Se ill. 4.58-60).

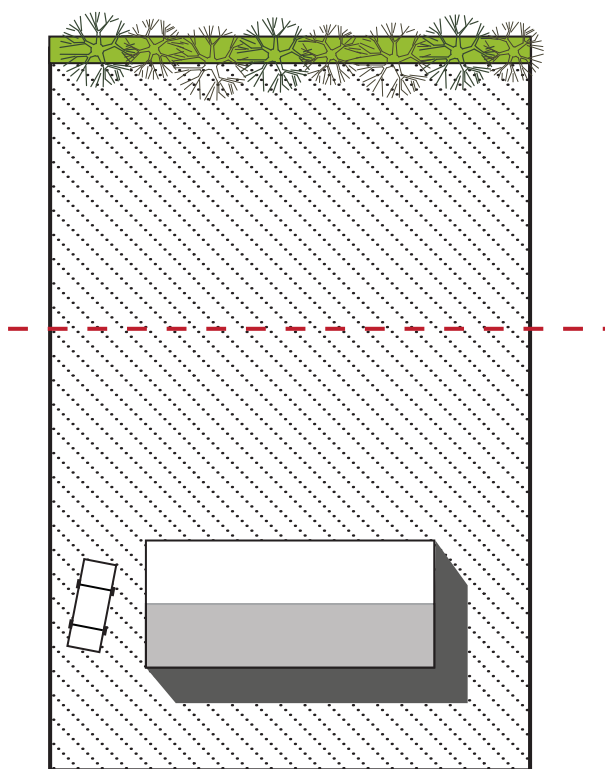


ill. 4.49: I udformningen af fremtidens feriehus er samspillet mellem de praktiske gøremål, udfoldelsesmulighederne og de rekreative muligheder vigtige.

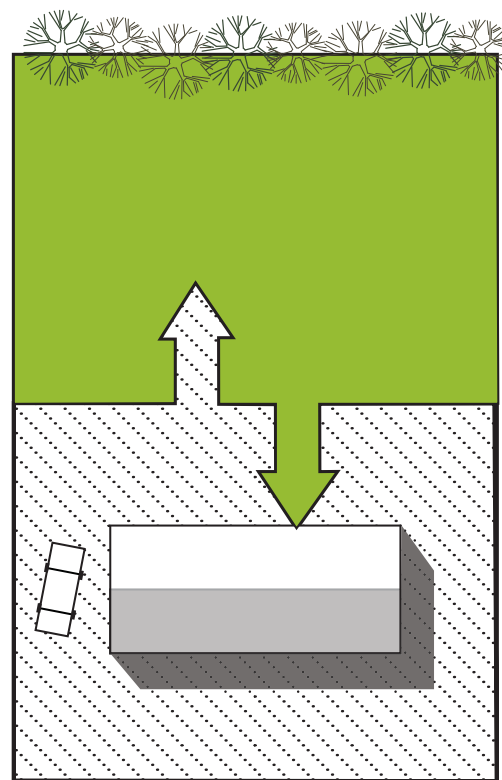


ill. 4.50: Leg i de rustikke strukturer.



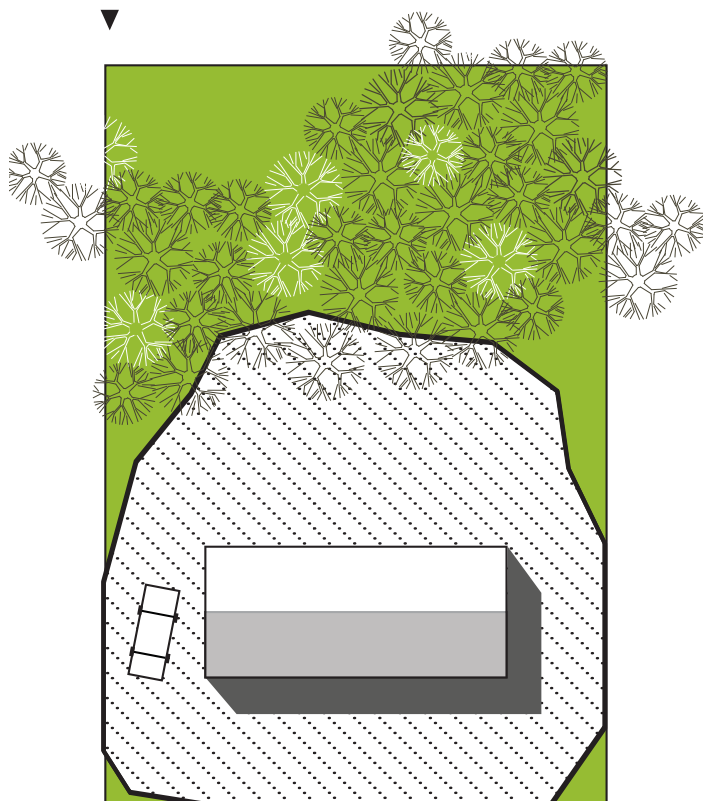


▲  
ill.4.51: Sommerhuset med egen matrikel, som det er idag. Huset udnytter 1/3 af grunden og resten udgøres af den traditionelle græsplæne, den kontrollerede natur.

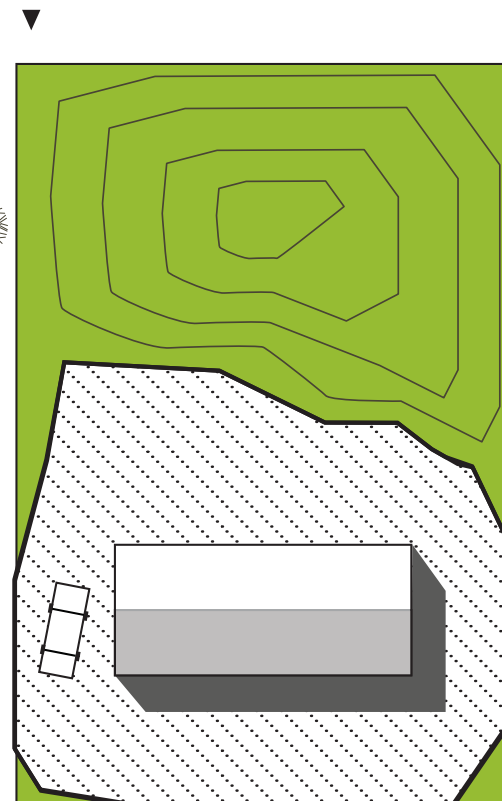


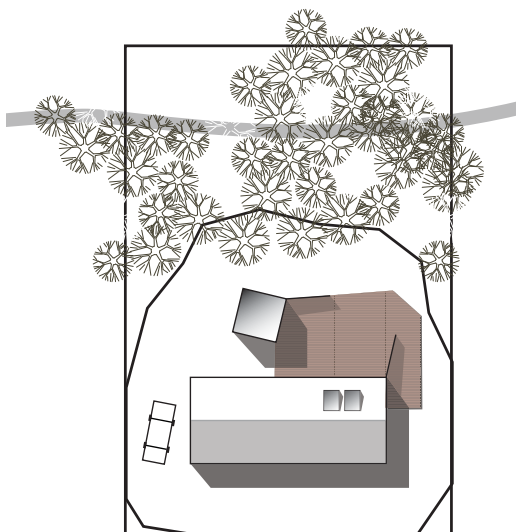
▲  
ill.4.52: Ved at lade matrikel med sommerhus og den vilde natur smelte sammen opnås et mere interessant landskab.

ill.4.53: Ved at give naturen lov til at vokse og brede sig, skabes et nyt landskab, der samtidig forøger herlighedsværdien for huset.

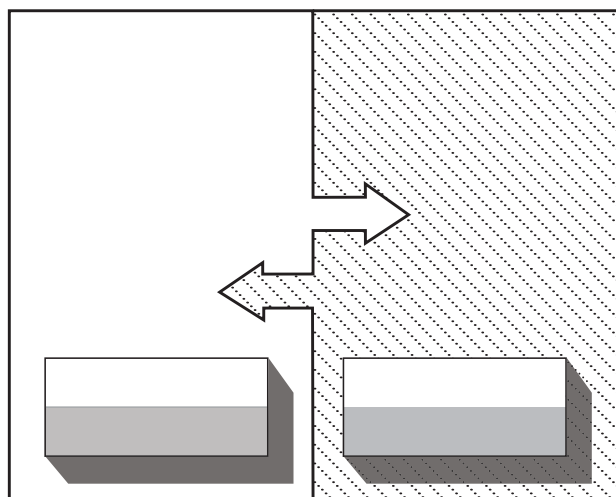


ill.4.54: Et bevidst arbejde med grundens topografi kan give et varieret landskab med mulighed for ro og aktivitet.



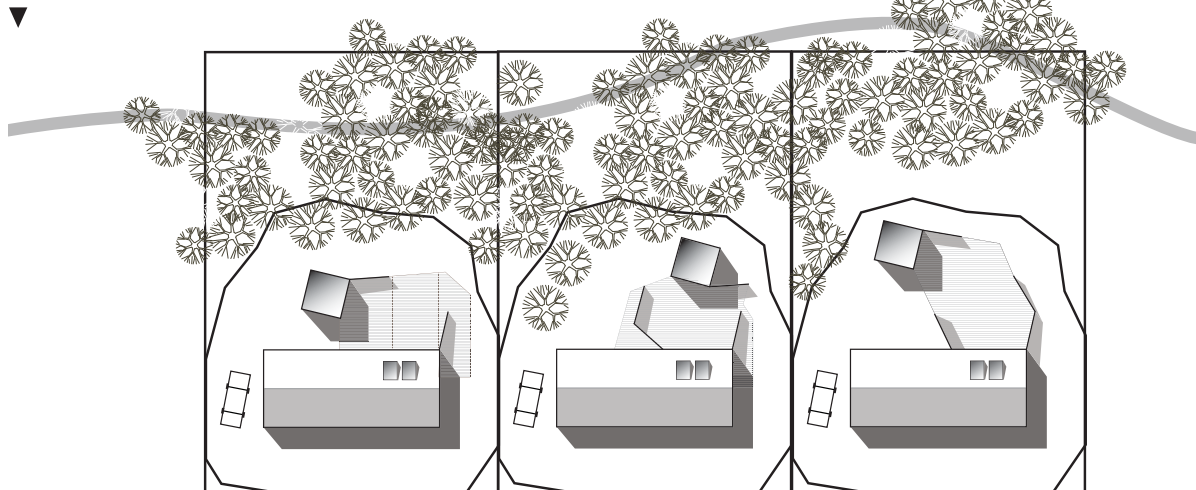


▲  
ill. 4.55: Den nyskabte natur danner grundlag for nye rekreative stier gennem sommerhuseområdet. Disse opløser den stringente gridstruktur og danner et mere interessant forløb.

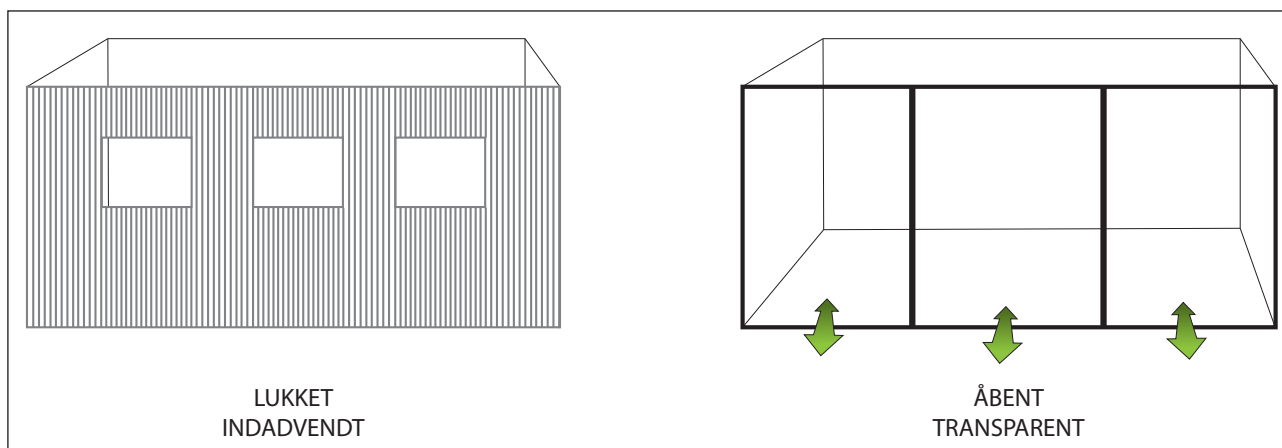


▲  
ill. 4.56: Arkitekturen redesignes, og der skabes mulighed for at danne gårdrum foran huset. Ved hjælp af flexible skydedøre gives mulighed for at afskærme mod vind og offentlighed og der dannes nye rum i rummet, alt efter behovet fra den enkelte bruger.

ill. 4.57: Eksempel på siteplan. 3 typer sommerhuse, der alle er udviklet ud fra samme koncept om at skabe flexible ude/inde rum.



ill. 4.58: Eksempel på sommerhus - Ved at tilføje huset en ny facade der gør det muligt at åbne og lukke huset ud mod haven, skabes en ny type bolig. Sammen med den nye tilbygning danner huset skydedøre en mindre privat gårdmiljø.





ill. 4.59: Eksempel på sommerhus - Et kig indefra husets stue. Den omkringliggende natur er rykket tættere på huset. Idéen med skydedøre skaber nogle flexible rum.



## Opsummering

Udvikling af nye koncepter for feriehuse og feriehusområder har været centralt for dette projekt, eftersom der synes behov for nytænkning i det nordjyske feriehusprodukt. Uanset om eksisterende feriehuse gennemgår renovering eller nye feriehuse bliver opført, så ligner de i vid udstrækning hinanden. Det er typisk træhuset med den svage taghældning placeret på en grund med en stor have, carport og grusbelagt indkørsel, der etableres. Ganske få huse skiller sig ud, og hvis de gør, så ligger de ofte i smukke landskaber, hvor de nærmest smelter ind i omgivelserne.

De ovenstående designkoncepter har belyst, hvilke tiltag der kunne være interessante at sætte i spil i forbindelse med nytænkningen af det nordjyske feriehusprodukt. For at skabe et overblik over de fremkomne resultater vil denne opsummering liste, de retningslinjer, der kan udledes af disse designkoncepter, og dermed pege på et antal emner, der er relevante at diskutere i forbindelse med fremtidens feriehus.

## *Samspil mellem feriehus og feriehusområde*

Det første emne omhandler vigtigheden af samsillet mellem feriehus og feriehusområde. Igennem projektet er det erfaret at et vigtigt element at arbejde med i forbindelse med fremtidens feriehus er samsillet mellem feriehus og feriehusområde, hvor der i fremtiden både skal arbejdes med selve feriehusets arkitektur og feriehusområdets struktur.

Det er ikke nok at fokusere udelukkende på feriehuset som enkeltstående element for at forbedre feriehusoplevelsen. Helheden både oplevelsesmæssigt, strukturelt og arkitektonisk er vigtig og derfor er den overordnede planlægning og strukturering vigtigt for at undgå at feriehusområderne kommer til at ligne hinanden.

Erfaringer fra eksempelvis tidligere forstadskonkurrencer, hvor man udelukkende har fokuseret på huset viser at et entydigt fokus kun på huset, kun giver et katalog over nye hustypologier, men rykker ikke ved de gene-



relle problemer ved forstaden. Det samme skal man passe på ikke sker for feriehusområderne, hvis der udelukkende udvikles nye feriehuse og hvis der ikke tænkes på hvordan feriehusområderne ser ud, da begge dele er en integreret del af feriehusoplevelsen. Derfor skal der arbejdes med feriehusområdernes arkitektur, rumlighed og organisering og arbejdes med at udvikle et værdisæt for hvad oplevelsen af feriehusområderne skal være. Dette betyder at der på et strategisk kommunalt niveau skal arbejdes med at fastlægge bestemmelser om feriehusområderne.

### ***Landskabet som strukturerende, identitetsskabende element***

Det andet emne tager fat i landskabets rolle og potentiale. Et gennemgående tema i de forskellige designkoncepter der er vist i dette kapitel er det at udnytte de landskabelige potentialer både i arbejdet med at udvikle nye feriehusmiljøer og i arbejdet med at redesigne eksisterende feriehusområder. Dette fokus på landskabet skyldes det faktum, at danske feriehuse enten ligger ude i landskabet eller i særlige feriehuszoner ligeledes pla-

ceret i landskabet. Dette betyder at landskabstyper såsom strand, klit, hede, mark og skov egentlig burde være nærværende, selvom det langt fra altid er tilfældet. Derudover viser flere markedsundersøgelser (VDK 2005) inklusiv nærværende brugerundersøgelse, at nærheden til naturen er et af de væsentligste motiver for, at turisten vælger feriehuset som ferieform og det synes derfor oplagt at inddrage dette element mere aktivt i feriehusets og feriehusområdets udformning.

At inddrage landskabet betyder at læse det omkringliggende landskab og finde inspiration i landskabet til arkitekturen og til hvorledes arkitekturen skal ligge sig i landskabet. Landskabet kan være med til at understøtte et bestemt materialevalg, en bestemt arkitektonisk form eller en bestemt struktur for et område. Derudover kan landskabet danne rum som ligger op til en bestemt arkitektonisk form eller landskabet kan med deres landskabstyper bruges som billede for et bestemt formudtryk. Denne brug af landskabet er med til at opløse matriklen og den traditionelle antennestruktur der er i ferie-



husområderne og tænke nye strukturer ind i feriehusområdet. Dette betyder en brug af landskabets oplevelsesværdi mere end det er tilfældet i dag og her ikke kun i de traditionelle vand og strand landskabet, men tænke i andre landskabstyper også. At udnytte landskabet og rette sig ind efter dette taler for vigtigheden af gennemgående landskabs-analyser inden et område udstykes til feriehus eller omdannes. Igennem læsningen af landskabet fremfindes nogle unikke karaktertræk som kan påvirke feriehusdesignet og skabe et mere alsidigt udbud af feriehus og feriehusområder. I læsningen forholder man sig til topografi, klima, orientering i forhold til sol og vind, beplantning, landskabstyper mm.

### ***Landskabet og arkitekturen som oplevelsesmæssigt potentiale***

Et tredje emne for denne konceptudvikling omkring fremtidens feriehus har været muligheden for oplevelser – oplevelser i feriehusområdet og oplevelser skabt igennem et bevidst arbejde med arkitektur og landskab. Ser man på de oplevelsesmuligheder, der er i feriehusområdet, så synes de hovedsagligt at blive skabt enten på feriehusets egen grund eller på stranden og ellers søger turisten væk fra feriehuset til eksterne attraktioner.

Derfor har projektet bevidst arbejdet med at skabe rum for små oplevelser som ophold og leg, da der synes at mangle rekreative elementer i eksisterende feriehusområder. Målgruppen for dette projekt er hovedsagelig børnefamilier og eksempelvis er udfoldelsesmulighederne for børnene meget små, da analysen viser at legepladser, opholdsmuligheder og andre rekreative muligheder er svære at finde i selve feriehusområdet (Kirkegaard, Laursen og Therkelsen 2012). Derfor synes det relevant at kigge nærmere på, hvordan et eventuelt samspil af oplevelser i højere grad kan integreres i feriehusområdet således at feriehusområdet ikke kun bliver en "trafikåre" der transporterer turisten til og fra feriehuset (Kirkegaard, Laursen og Therkelsen 2012).

Dette betyder at man sætter fokus på det miljø der skabes i feriehusområderne. Dette kan være stisystemer og rekreative linjer igennem feriehusområdet eller det kan være punktnedslag med legepladser og opholdszoner. For at finde frem til de udvalgte områder, hvor sådanne aktiviteter kan finde sted, fordrer dette en læsning af landskabet der definerer de udvalgte nærrekreative områder. Det være sig den tidligere legeplads, grøftekanten, den fælles parkerings-

plads og andre små friarealer der ikke bruges optimalt. Disse områder synes oplagte at inddrage i en optimering af eksisterende feriehusområder og skabe små lommer for aktiv udfoldelse eller afslapning i nogle strukturer der kunne have en mere midlertidig karakter. Der kan udvikles nye mødesteder, legepladser og stiforløb og landskabet kan bruges til at skabe elementer i feriehusområderne der både taler til leg og fysisk udfoldelse samtidig med at skabes rum til afslapning og ro er i fokus. Derudover synes en bevidst arkitektonisk tilgang til udarbejdelsen af disse områder nødvendigt for at skabe rum af høj landskabelig og arkitektonisk kvalitet. Dermed kan man eksempelvis designe og udvikle gåturen således at børn får deres legeønsker opfyldt samtidig med at forældrene får deres afslappende gåtur og dermed kombinerer gåturen med leg og ophold som det ses i eksemplet fra Bisnap strand.

### ***Feriehusets arkitektur og indretning***

Det sidste emne omhandler selve feriehusets arkitektur og indretning. Udfordringen ved feriehuset er, at det eksisterende feriehusprodukt er meget ens, hvor det stort set er den samme typehustypologi der anvendes. Derfor forsøger de præsenterede koncepter at komme med andre bud på, hvordan feriehuset kan se ud, f.eks. brugen af anderledes materialer og former i trætophusene eller lyngklitternes mere bakkede form. I feriehusdesignet skal der arbejdes med at få et andet arkitektonisk udtryk end det traditionelle typeferiehus som der er så mange af. Dette ligger op til en bearbejdning i forhold til materialer, position, orientering, struktur, rumlighed, åbninger mm. Dette kan bl.a. være igennem et bevidst arbejde med ude inde relation, hvor man igennem transparens og åbenhed kan styrke relationen mellem det liv der leves inde i husene og i de omkringliggende omgivelser. Det kan dreje sig om at arbejde med materiale sammen-smeltning og flader der fortsætter ude som inde, store vinduespartier mv. Disse parametre kan man arbejde med både i nybyggeri og i transformationen af eksisterende feriehus.







## 5 FERIEHUSFERIEN & MADOPLEVELSER

- et forbruger- og producentperspektiv

Mad og ferier hænger uløseligt sammen, idet alle turister uanset om de er campister, charterturister eller feriehusgæster bruger en betragtelig del af deres økonomiske og tidsmæssige ressourcer på valg, køb, tilberedning og indtag af mad. Derfor har mange turismdestinationer sat mad højt på dagsordenen: lokale retter og råvarer kan bruges til at gøre en destination mere attraktiv, og samtidig kan der skabes øget indtjening for lokale leverandører af fødevarer og madoplevelser. Med andre ord en særdeles attraktiv win-win situation, specielt i udkantsområder, hvor behovet for at øge omsætningen inden for alle erhvervsområder er presserende. Selvom konceptet har en indlysende appel, har mange destinationer i praksis vanskeligt ved at få turister og lokale madoplevelser til at mødes på økonomisk set bæredygtig vis. Ikke alene skal der være nogle lokale madoplevelser – f.eks. råvarer, egnsretter, eller begivenheder – der kan bygges på. Disse madoplevelser skal også

gøres tilgængelige for turister ved at være organiseret, produceret og kommunikeret på en måde, så besøgende har adgang til dem. Og så skal oplevelserne naturligvis være af en sådan art, at de er eller kan blive efterspurgt af de turister, der besøger netop denne destination.

Selvom en stor andel af turisternes rejsebudget bruges på mad, er spørgsmålet imidlertid også, om mad udgør en oplevelse i forbindelse med ferien eller blot en funktionel nødvendighed, og hvis mad er en oplevelse, om denne så er en "reason to go" eller snarere en sekundær oplevelse, som supplerer andre, mere centrale oplevelser. Mad i konteksten af feriehusferien er interessant at undersøge, eftersom denne ferieform både muliggør self-catering, herunder indkøb, tilberedning og indtag af mad hjemme i feriehuset og restaurantbesøg ude på feriehusdestinationen, hvorfor et bredt udvalg af madrelaterede



oplevelser kan være givtigt at udbyde for net-op feriehusturisten.

Dette kapitel tager udgangspunkt i to empiriske undersøgelser: interviews med norske *empty nesters* og danske børnefamilier for at etablere betydningen af mad for forskellige målgrupper i forbindelse med feriehusferien; Og en interviewundersøgelse med nordjyske turisme- og fødevareaktører, som belyser udbuddet af og samarbejdsrelationer omkring nordjyske madrelaterede oplevelser, og hvordan disse stemmer overens med efterspørgslen blandt nordjyske feriehusgæster.

## **Mad og feriehusferie for norske og danske turister**

Datagrundlaget for den efterspørgselsorienterede del af undersøgelsen består af kvalitative interviews med 9 norske par på ferie uden børn og 16 danske børnefamilier, alle med erfaring med feriehusferie i Danmark (interviews med de norske respondenter blev udført af forskningsassistent Luigi D'Ambrosio i efteråret 2011 og respondenterne blev identificeret primært ved hjælp af Novasol og VisitDenmark i Oslo. Interviews med de danske respondenter blev udført af specialestuderende, Heine Hansen i foråret 2010). En kombination af individuelle interviews og par/familieinterviews er foretaget, hvor sidstnævnte reflekterer respondenternes rejsegruppe. Alle interviews er foretaget hjemme (i respondenternes hjem, på deres arbejdsplads eller café) og repræsenterer således



ferieoplevelser i "bakspejlet", hvorfor en vis grad af forglemmelse og efterrationalisering må forventes. Geografisk stammer de norske respondenter fra Oslo og omegn, og de danske respondenter fra såvel by- og land-områder i Jylland. Aldersmæssigt fordeler de norske respondenter sig fra 45-65 år, de danske fra 31-50 år og deres børn fra 3-17 år, med hovedvægten på de 7-12 årige, hvilket vil sige at familier med større børn (og ikke småbørn eller teenagere) er i fokus. Interviewene har en varighed af 30-60 minutter. Alle respondenterne er rejsevante både i forhold til indenlandske og udenlandske destinationer, dog har de norske empty nestere en højere årlig rejsefrekvens end de danske børnefamilier, hvilket synes betinget af deres livsfase.

Begrundelsen for dette undersøgelsesdesign er at identificere betydningen af mad for to af feriehusproduktets primære målgrupper og geografiske markeder for derigennem at stille skarpt på de ligheder og forskelle, der måtte eksistere. En anden begrundelse er, at undersøgelsen ønsker at nuancere den udbredte antagelse, at mad er uvæsentligt for børnefamilier på ferie, hvorimod modne par på ferie er orienterede mod lokal mad og gastronomi. Et kvalitativt undersøgelsesdesign er valgt for gennem respondents udsagn om den gode feriehusferie at kunne identificere, hvilken rolle maden spiller i den forbindelse. Dette betyder omvendt, at resultaterne ikke er generaliserbare i forhold til de danske og norske målgrupper, men primært aftegner nogle mønstre, som senere kan gøres til genstand for en større, repræsentativ undersøgelse.

### **Vurdering af feriehusferien og madens relative betydning**

Der eksisterer stor overensstemmelse mellem de efterspørgselsmønstre og vurderinger af det danske feriehusprodukt identificeret i den større brugerundersøgelse redegjort for i kapitel 2 og den nærværende undersøgelse. Vurderingerne er generelt positive, idet feriehusferien scorer højt på: naturoplevelser muliggjort af feriehusets beliggenhed midt i naturen; frihed i form af fysisk plads og mulighed for at planlægge sin egen tid; gode rammer for hygge og samvær; husenes generelt høje funktionalitet og standard; og oplevelsesudbuddet i nærområdet. Den væsentligste svaghed vurderes til at være det ustabile vejr, som har en relativ stor betydning i forbindelse med en naturbaseret ferie, og for familier med børn fraværet af social kontakt med andre børn.

Ingen af de involverede respondenter kan betegnes som gastronomiske turister: Mad er ikke en 'reason to go' men et supplement til feriens primært naturorienterede tilbud, idet ingen af de interviewede respondenter har valgt en feriehusdestination eller en anden type destination alene på grund af maden. Særligt de norske *empty nesters* benævner mad som en væsentlig del af feriens oplevelser i forbindelse med en ferie i et dansk feriehus, hvorimod de danske børnefamilier umiddelbart ser maden som mindre betydningsfuld for en dansk feriehusferie. Som interviewene skrider frem står det imidlertid klart, at mad for både de modne par og børnefamilierne er noget, der anvendes betragtelige ressourcer på både i form af tid og penge, men også at mad udgør både sammenfaldende og forskellige typer af oplevelser for de to målgrupper afhængig af livsfase og geografisk kontekst. I det nedenstående vil fire madrelaterede oplevelsestyper, som fremkommer på basis af interviewene, således blive skitseret.

### **Mad – nydelse af gode råvarer**

For de norske *empty nesters* er mad på feriehusferie i Danmark tæt forbundet med nydelse af et bredt udvalg af kvalitetsfødevarer, primært "hjemme" i feriehuset men også ude på restauranter. Respondenterne sammenligner udvalget af fødevarer i Danmark med det i Norge, og sidstnævnte anses både for at være mere begrænset og af dårligere kvalitet (især kød) end det danske. Nydelsesaspektet fremgår også tydeligt af respondenternes beskrivelser af tilberedelse og indtag af danske råvarer og egnsretter, som både relaterer sig til sansestimulering og til den hyggesituation, som maden indgår i. Tilgængeligheden særligt via gårdbutikker og vejsalg understøtter kvalitetsaspektet, idet nærheden til producenten fungerer som garanti for friskhed. Eftersom gårdbutikker og vejsalg er mindre udbredt i Norge udgør dette også en oplevelse af noget anderledes, hvor man kan få den gode historie om eksempelvis osten med hjem. Også madfestivaler nævnes som noget, der understøtter indtrykket af kvalitetsråvarer i Danmark, og som giver mad en stedsrelateret og dermed kulturel dimension. Oplevelsestypen *Nydelse* er således primært orienteret mod selve produktet, dvs. gode råvarer og veltilberedte retter, og turisternes reaktion er i overvejende grad emotionel, idet sansestimulering er central.

Det danske feriehus fremhæves af de norske respondenter, som velindrettet til tilberedning og indtag af god mad, og vinder således på det parameter i konkurrencen med ferie-

huse i eksempelvis Italien, som ikke i samme grad er indrettet til madlavning. Derimod kritiseres feriehusdestinationerne for ikke at gøre nok opmærksom på eksistensen af gård-butikker, vejsalg og madfestivaler/events, som ses som attraktive men ikke velannoncerede.

For de danske børnefamilier er den nydelse og sansestimulering, som mad kan afstedkomme, ikke i fokus, hvorimod kvalitet er centralt som et middel til at opnå sundhed, særligt for børnene, hvilket vil fremgå nedenfor.

### **Mad og sundhed**

Det er udelukkende de danske børnefamilier, og her alene forældrene, som kobler mad på ferien sammen med sundhed, hvilket må ses som et udslag af den livsfase de er i. Ansvar for deres børns sundhed bringes således med ind i feriekonteksten, og forskellige strategier med at forklæde sund mad som usund, f.eks. burgere og pizza, anvendes lige vel i forbindelse med ferie og hverdag. Mad bliver i denne sammenhæng en funktionel størrelse, som skal sikre primært børnenes sundhed, men selvom det oplevelsesmæssige potentiale er trådt baggrunden, ændrer det ikke ved at feriehusområdets madudbydere, detailhandel såvel som restauranter, bør have sundhed for øje i deres salg af madvarer til denne målgruppe. Dog skal det bemærkes, at forældrenes sundhedsideal slår igennem med varierende styrke, idet mad hjemme synes mere reguleret af ernæringsmæssige regler end mad på ferien. På ferien åbnes op for flere usunde madvarer, og igen inden for feriens rammer er mad tilberedt og indtaget i feriehuset mere sundhedsreguleret end mad på restaurant, hvor børnene har en større indflydelse. Dette betyder, at også mindre ernæringsrigtig mad kan sælges til målgruppen, men appellen bør stadig have en klar orientering mod sundhed. Oplevelsestypen *Sundhed* er således karakteriseret ved, at turisten forholder sig til madens funktionelle kvaliteter med det formål at bibringe primært børn en ernæringsmæssig forsvarlig kost særligt i forbindelse med self-catering delen af ferien.

### **Mad – kulturelt indblik**

Som indikeret ovenfor forbinder de norske *empty nesters* mad på feriehusferien i Danmark med en stedrelateret og dermed kulturel oplevelse. Maden er en måde, hvorpå man som turist kommer ind under huden på det besøgte sted, og i forhold til Danmark siger maden bl.a. noget om stedets sans for kvalitet og hygge. At høre historien bag mad og drikkevarer formidler et indtryk af både

nutidige og historiske produktionsformer og levevis, og giver dermed et indblik i kulturelle værdier og normer. Imidlertid kritiseres særligt restauranter for ikke at være gearet til at formidle denne type oplevelse til gæsterne.

Alle de norske respondenter tager mad med hjem fra ferien i Danmark, hvilket dels indebærer en økonomisk genvinst (danske fødevarer er billigere), dels en oplevelsesmæssig gevinst idet danske fødevarer indtaget hjemme forlænger ferien ind i hverdagen, og minder respondenter om forskellige aspekter ved ferien i Danmark. Således bør der i forhold til denne målgruppe også tænkes i mad som souvenirs, dvs. tilgængelighed af fødevarer som kan transporteres over længere distancer, og som fortæller historien bag produktets tilblivelse og dets oprindelsessted. I forbindelse med oplevelsestypen *Kulturelt indblik* bliver maden et middel til oplevelse af den besøgte kultur, og oplevelsen kan både tage form af reel, funktionel viden om det besøgte sted og en mere emotionel fornemmelse af stedets atmosfære, værdier og identitet.

For de danske børnefamilier eksisterer der ingen forbindelse mellem indtag af lokale fødevarer og kulturelle oplevelser i konteksten af en dansk feriehusferie. Imidlertid forbindes ferier til udlandet i vid udstrækning med indtag af lokale fødevarer ikke mindst for det kulturelle indblik, de giver. En mulig forklaring på denne forskel er, at det kan være svært at forholde sig til, at kulturelle forskelle eksisterer mellem forskellige egne af ens eget land, som kan komme til udtryk gennem maden. En anden mulig forklaring er, at der bliver gjort for ringe en indsats for at bevidstgøre det danske marked om regionale forskelle i madkulturen.

### **Mad og samvær**

Særligt børnefamilierne betoner betydningen af mad, både tilberedelsen og indtaget, som et middel til at opnå kvalitetstid med familien. I modsætning til hverdagen, hvor madlavning og spisning typisk skal passes ind i forhold til mange andre gøremål og dermed bliver af primært funktionel karakter, bliver madlavning og spisesituationer på feriehusferien til hyggestunder, hvor der er tid til at gøre noget sammen og snakke med hinanden. Hvis der med råvarerne leveres en god historie omkring deres tilblivelse og/eller oprindelsessted, kan dette også blive katalysator for det gode samvær. Derved bliver feriehusferien også en ideel ferieform, forudsat fornuftige fysiske rammer, både inde og ude, er til stede



til at understøtte dette samvær, hvilket er i overensstemmelse med forslagene til indretningen af fremtidens feriehus (jf. kapitel 4).

Selvom mad primært indtages i feriehuset af børnefamilierne, spiser de også ude et antal gange i løbet af feriehusferien. Også i forbindelse med spise-ude situationer fremhæves samværet og hyggen, hvilket understøttes af, at børnene får mere medindflydelse på valg af mad (også usund mad). Dette resulterer i glade børn og dermed en god stemning. Selve madens kvalitet og de sanseindtryk den giver, er således ret underordnet i denne sammenhæng, idet selve oplevelsen ligger i det sociale samvær, som maden muliggør. Oplevelsestypen *Samvær* er således karakteriseret ved, at maden bliver et middel til styrkelse af sociale relationer, og det at knytte stærkere bånd til andre har klart en emotionel dimension.

Blandt de norske *empty nesters* opfattes maden også i nogen grad som et middel til samvær med ens familie og eventuelle venner, man rejser med, og lige vel i feriehuset som på restaurant. Dog er indtaget af maden i større fokus end tilberedelsen, hvilket hænger sammen med denne målgruppes større fokus på det nydelsesmæssige aspekt af maden.

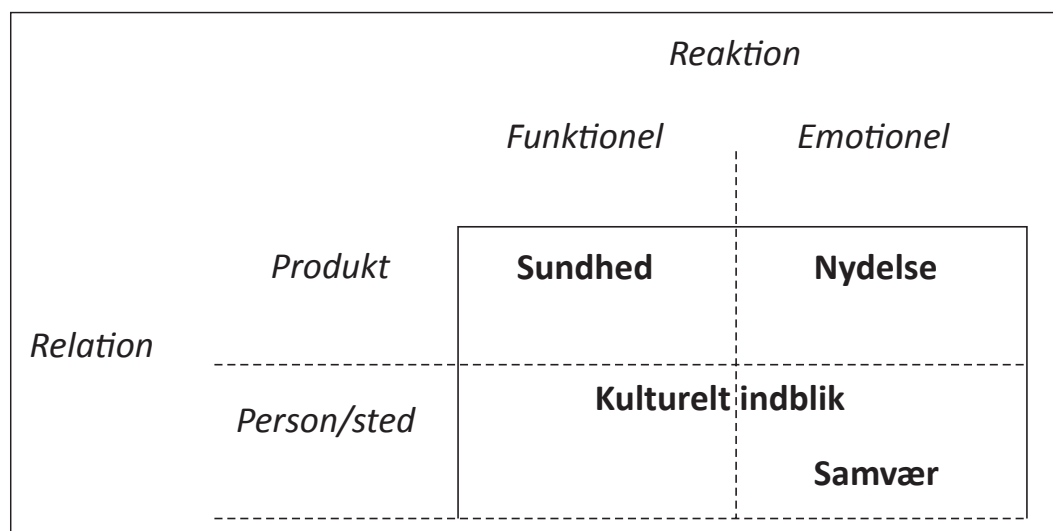
I markedsføringen ikke mindst overfor børnefamilier, er det således væsentligt at understrege de relationsopbyggende kvaliteter, som der ligger i tilberedelse og indtag af mad i forbindelse med feriehusferien, både hjemme og ude. Feriehusets indretning, både inde og ude, bør understøtte muligheden for, gerne

aktivt, samvær omkring maden, ligesom restauranter bør have in mente at sjove, anderledes, måske aktive madoplevelser (f.eks. byg din egen burger; flå og tilbered din egen fisk), som efterfølgende gør, at familien har noget at snakke om og mindes, er med til at opbygge relationer.

Alt i alt tegner undersøgelserne af henholdsvis norske *empty nesters* og danske børnefamilier et billede af forskellige oplevelser, som mad giver anledning til under en dansk feriehusferie. Nedenstående model (ill. 5.02) opsummerer således de fire oplevelsestyper, som er blevet identificeret i materialet ud fra en relationsdimension, dvs. de primære relationer forbrugeren danner i forbindelse med køb, tilberedelse og indtag af mad (produkt vs. person/sted), og en reaktionsdimension, dvs. de primære reaktioner forbrugeren har i forbindelse med forbruget (emotionel vs. funktionel). De stiplede linjer mellem de fire oplevelseskategorier angiver, at kategorierne til en vis grad overlapper. Eksempelvis er mad som sundhed primært orienteret mod produktet men involverer forældrene centrale overvejelser i forhold til andre (deres børn); og mad som nydelse er for *empty nesters* primært en forholden sig til produktet kvalitet og sansestimulering, men involverer også typisk en nydelse i selskab med andre.

I det efterfølgende redegøres for udbuddet af nordjyske fødevareoplevelser, hvorefter udbud og efterspørgsel til slut kobles sammen til et antal opmærksomhedspunkter for nordjyske feriehusdestinationer.

▼ ill. 5.02: Mad og oplevelsestyper i nordjysk.



## Fødevarer-netværk og turisme i Nordjylland

Gennem det sidste årti har madoplevelser stået på den politiske dagsorden i Nordjylland, både blandt turisme- og erhvervsfremmeorganisationer, og det er derfor oplagt at foretage en undersøgelse, som belyser udfordringerne ved at bringe nordjysk mad til turisternes borde. Der er gennemført i alt 19 kvalitative interviews med offentlige og private aktører inden for turisme- og fødevarerområdet, samt gennemført analyser af hjemmesider og andet skriftligt materiale, med henblik på at klarlægge betydningen af de forskellige måder, aktørerne samarbejder på samt deres opfattelse af potentialerne på området (interviews blev udført af forskningsassistent Luigi D'Ambrosio i foråret/sommeren 2011). Resultaterne heraf vil indgå i den afsluttende konklusion med henblik på at vurdere madoplevelsernes rolle i forhold til den nuværende og fremtidige feriehusturisme i Nordjylland.

### Regionale fødevarer-netværk og turisme

Både inden for turisme- og fødevarerområdet har nordjyske erhvervsfremmeaktører betonet betydningen af at bringe lokale fødevarer til turister.

Inden for den regionale erhvervsfremme i Region Nordjylland spiller fødevarer en vigtig rolle som fokuspunkt for et af regionens fem centrale klyngeinitiativer i den regionale erhvervsudviklingsstrategi for perioden 2010-2014, og med samarbejde med turismeerhvervet som et af de prioriterede områder for fødevarerklyngen. Konkret har dette bl.a. resulteret i etableringen af en Nordjysk Fødevarerfestival samt en række netværk, bl.a. *Smagen af Nordjylland* ([www.smagen.dk](http://www.smagen.dk)) som har til formål at synliggøre regionens leverandører af kvalitetsfødevarer, og bl.a. har *VisitNordjylland* som partner. Hensigten er her tydeligvis at fremme samarbejde og handel mellem nordjyske virksomheder snarere end at overbevise individuelle forbrugere om de regionale produkters fortræffelighed, og internationale turister vil da også have svært ved at navigere på den rent dansksprogede hjemmeside.

Omvendt er promoveringen af mulighederne for madoplevelser over for potentielle besøgende i langt højere grad i fokus hos den re-

gionale turismeorganisation. *VisitNordjylland* havde i august 2012 et 'best-ager' par i en klit-baseret picnic-situation på forsiden af sin hjemmeside under overskriften "Nyd Livet", og teksten betoner sammenhængen mellem fødevarer og det gode fælles voksenliv:

*"I Nordjylland har I alle muligheder for at nyde - skøn natur, spændende kulturoplevelser, hyggelige byer og lækre lokale fødevarer. Alt hvad der skal til for, at I kan nyde livet sammen"*  
([www.visitnordjylland.dk](http://www.visitnordjylland.dk)).

Omvendt er madoplevelserne stort set fraværende i det børnefamilieorienterede spor på hjemmesiden, hvor aktive oplevelser for store og små er i fokus, og fødevarer kun bliver synlige i forbindelse med nogle få af de tilbud fra f.eks. private overnatningssteder. Tilsvarende er det også tydeligt fra f.eks. organisationens strategi-dokumenter, senest 2011-2013 strategien *Fyrtårn Nordjylland*, at madoplevelser primært knyttes sammen med 'best-ager gruppen', og der er således en klar linje fra strategiske prioriteringer til kommunikationsindsatsen for den nordjyske turismefremmeorganisations vedkommende.

Tilsammen kan de regionale erhvervsfremmeaktørers tiltag siges at udgøre et forsøg på at skabe større synlighed for nordjyske kvalitetsfødevarer også internt blandt regionens virksomheder, samt på at gøre potentielle besøgende, især best-agere, opmærksom på at madoplevelser med fokus på kvalitet og lokalitet er en vigtig del af det gode liv i regionen. Men det er fortsat op til de enkelte producenter og aftagere af fødevarer at skabe blivende samarbejdsrelationer, og den konkrete udfyldelse af de gode hensigter bag initiativerne er således afhængig af andre aktørers indsats.

### Lokale fødevarer-netværk og turisme

De regionale tiltag kompletteres i lokale destinationer af andre initiativer, der sigter på at bringe turister og lokale fødevarer sammen. I nogle destinationer er der tale om offentlige tiltag fra erhvervs- og turismefremmesystemet, der forsøger at bringe lokale aktører sammen i en målrettet indsats. Det har f.eks. været tilfældet i Skagen, hvor *Skagen365* har været rammen om etablering af bl.a. en årlig kvalitetsfødevarermesse. I de to destinationer, der har været sat særligt fokus på i



dette forskningsprojektet, har Hals et ugentligt råvaremarked ved havnen i højsæsonen, mens *VisitJammerbugten* gennem *Smag for Jammerbugten* har sat fokus på lokale kulinariske oplevelser, hvor bestemte retter, restaurationer, produkter og producenter promoveres direkte i forhold til besøgende og lokale borgere. Det særlige ved dette offentlige initiativ er, at det lykkes at sammenknytte forskellige typer madoplevelser – spise både ude og hjemme – ved hjælp af fortællinger om stedet og opskrifter på de retter, man kan købe på restauranterne.

*Smag for Jammerbugten* er på den måde et tiltag, der er skræddersyet til feriehushæster, som udgør langt den vigtigste gruppe besøgende i destinationen, og som netop har mulighed for både at lave mad selv og spise ude. Samtidig er det dog også iøjnefaldende, at initiativet i hvert tilfælde på internettet primært promoveres på dansk og således for de fleste udenlandske gæster vil være en glædelig overraskelse, hvis de støder på *Smag for Jammerbugten*, når de besøger f.eks. Blokhus eller Slettestrand. Endvidere er det også bemærkelsesværdigt, at kun én af de fire involverede restauranter skilter med *Smag for Jammerbugten* på deres hjemmeside, én yderligere sætter fokus på anvendelsen af lokale råvarer, mens de resterende to primært profilerer sig på restaurationslokalernes kulturhistoriske herlighedsværdier.

Parallelt med de offentlige tiltag og på tværs af destinations- og kommunegrænser finder der samtidig en række selvorganiserede initiativer sted, hvor private aktører – producenter, detailhandel og restauranter – arbejder sammen på markedsvilkår og i uformelle netværk,

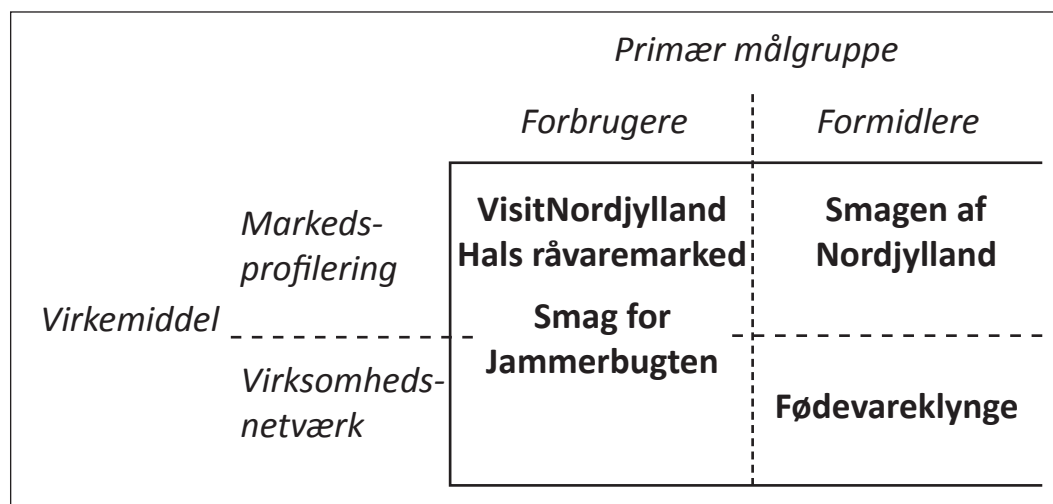
således at lokale fødevarer bliver gjort tilgængelige for turister. Interviews med især private men også offentlige aktører har bidraget til at klarlægge interaktionsmønstrene.

På den ene side er det klart, at der eksisterer markedsbaserede samarbejdsrelationer, f.eks. når en del restauranter og til dels supermarkeder gør en dyd ud af at have produkter fra lokale leverandører på menukortet og i sortimentet, ud fra den betragtning at varerne er eftertragtede på grund af deres kvalitet og oprindelse. Samtidig er det også tydeligt, at andre restauranter og detailhandlere ikke er engageret på samme måde, enten fordi de finder det vanskeligt at skabe stabile samhandelsrelationer med mikro-leverandører som f.eks. gårdbutikker, eller fordi de vurderer, at der ikke vil være en efterspørgsel efter, ikke nødvendigvis specielt billige, lokale kvalitetsfødevarer.

En særdeles væsentlig faktor i forhold til turisters muligheder for at komme i kontakt med lokale fødevarer er med andre ord restauratørers og detailhandlers opfattelse af efterspørgslen. Her er det tydeligt, at restauratørerne opfatter sig selv som heldige hvis feriehushæster, og da især tyske, blot spiser ude en enkelt gang under opholdet, og at kvantitet og pris er de centrale parametre for valg af spisested snarere end råvarernes kvalitet og oprindelse. Med sådanne opfattelser og erfaringer in mente, er det, der lyder som oplagte synergier set ud fra et turisme- og erhvervsudviklingssynspunkt, pludseligt blevet en større udfordring.

Forsøgene på at promovere lokale/regionale produkter fra Nordjylland fokuserer gennemgående på kvalitetsfødevarer, men

▼ ill. 5.03: Strategier for fødevareturisme i Nordjylland.



som illustreret af nedenstående figur er målgrupperne og funktionsmåderne forskellige. Mens nogle initiativer retter sig primært mod forbrugerne af fødevarer, har andre virksomhederne inden for området som målgruppe, og parallelt hermed er de anvendte virkemidler også forskellige: nogle tiltag satser først og fremmest på at profilere bestemte produkter overfor potentielle købere, mens andre opererer ved at fremme øget netværkssamarbejde mellem producenter og leverandører af fødevarer. Som det fremgår af illustration 5.03, så viser det sig, at selvom Smags-initiativerne lyder netværksagtige, så virker de faktisk primært via markeds-mekanismerne, dvs. det er op til private aktører at benytte sig af dem eller ej, og kun Smag for Jammerbugten involverer i nogen grad tættere relationer mellem aktørerne i tilknytning hertil.

## Konklusion

Undersøgelsen af udfordringerne ved at bringe nordjysk mad til turisternes borde har således demonstreret, at der fortsat vil være brug for offentlige initiativer, fordi den markedsdrevne fremdrift blandt de private hæmmes af forestillinger om markedets begrænsede interesse for og villighed til at købe lokale fødevarer. Denne forestilling kan imidlertid ikke understøttes af undersøgelsen af to af feriehusproduktet primære målgrupper, norske *empty nesters* og danske børnefamilier, som demonstrerer, at mad har en oplevelsesmæssig dimension for begge typer turister. Af de fire oplevelsestyper, som blev identificeret i dette kapitel, gør mad som nydelse og kulturel indblik sig primært gældende hos de norske *empty nesters*, og mad som sundhed og samvær primært hos de danske børnefamilier. Således er kvalitetsfødevarer, som har en lokal tilknytning og dermed kan formid-

le et indblik i den besøgte region, væsentlige for de norske *empty nesters*. For de danske børnefamilier er sundhed et væsentligt parameter i valg af fødevarer, hvilket peger i retningen af kvalitet, men ikke nødvendigvis en lokal forankring, om end koblingen mellem kvalitet og lokal oprindelse ligger lige for. Mad som middel til samvær har heller ikke direkte tilknytning til lokale fødevarer, dog kan en god historie omkring fødevarernes tilblivelse og oprindelsessted blive katalysator for det gode samvær, og dermed bliver stedsforankring også et væsentligt parameter i forhold til de danske børnefamilier.

Offentlige initiativer som f.eks. *Smagen af Nordjylland* og *Smag for Jammerbugten* har forsøgt at synliggøre leverandører og produkter over for blandt andet turister, men det er også tydeligt, at et væsentligt fokus har været at satse på up-market kvalitetsprodukter, mens forsøg på at øge det lokale indhold i forhold til den del af markedet, hvor pris er mere afgørende, har været mere behersket. Sat lidt på spidsen, så bliver fødevareoplevelser primært brugt til en eksklusiv branding af regionen og dens destinationer, mens hensynet til forøgelse af omsætningen blandt de lokale fødevareproducenter træder i anden række. Set i lyset af de målgrupper feriehusturismen p.t. tiltrækker og den betydning mad har for disse, synes det uklogt at satse udelukkende på gourmet råvarer og restaurantoplevelser. Madoplevelsen kan lige vel ligge i de kulturformidlende kvaliteter og mulighed for samvær, som mad kan føre med sig, hvorfor det er værd at operere med en bredere forståelse af mad, og hvad denne kan bibringe turister.





## 6 KONKLUSION

Projektet *Fremtidens feriehus og feriehusområde* har haft til hensigt at undersøge adfærdsmønstre, motiver og oplevelsesønsker i relation til danske feriehus og feriehusområder primært blandt danske, tyske og norske børnefamilier, samt kortlægge udvalgte feriehusområdernes natur- og kulturbaserede ressourcer. På basis heraf har projektet identificeret en række udviklingsforslag i form af modeller for feriehus, planer for arealudvikling og design af oplevelsestilbud i feriehusområderne.

Brugeranalsen viser, at børnefamiliens præferencer centrerer sig om fælles oplevelser, om end kernen i disse oplevelser varierer mellem forældre og børn. Børnene vægter således aktivitet højest, mens forældrene prioriterer samvær, gerne kombineret med afslapning, men samtidigt udgør de to typer af kerneoplevelser underbyggende oplevelser for hinanden. Denne dynamik af samvær og

aktivitet karakteriserer således den harmoniske fælles oplevelse hos børnefamilien i et feriehus og søges gennem forskellige oplevelsessteder (selve feriehuset, feriehusområdet og de eksterne attraktioner).

Feriehusproduktet vurderes i nogen grad til at lever op til familiens ønske om en helhedsoplevelse af samvær og aktivitet, men tre centrale problemstillinger identificeres imidlertid på basis af brugerundersøgelsen:

- **Underholdning er på eget ansvar** relaterer sig til det problem, at feriehusproduktet ikke anses for at være optimalt i forhold til muligheden for børneaktivitet, idet der ofte mangler aktivitetsmuligheder i feriehuset og feriehusområdet inden for en overskuelig 'sikkerhedszone'. Dette bevirker også, at muligheden for at møde nye legekammerater under ferien er be-



grænset. Det er således i vid udstrækning op til lejerne selv at medbringe aktivitetsmuligheder og legekammerater på ferien. Spørgsmålet er derfor, hvordan feriehusproduktet kan udvikles så børnefamilier sikres en mere optimal kombination af sjove aktiviteter og samvær.

- **Det er kedeligt** er tætbeslægtet med det foregående, men relaterer sig til familier med større børn, hvor børnene vurderer feriehusferien til at minde for meget om at være derhjemme. Feriehusferie med større børn afhænger af forældrenes lyst til at gå på kompromis med egne interesser og besøge eksterne attraktioner, medbringe venner på ferie og underholde børnene. Spørgsmålet er derfor, om fremtidens feriehus kan gøres mere attraktivt for familier med større børn og teenagere, eller om man må acceptere, at familier med større børn vælger andre typer af ferier, og blot håbe på, at de vender tilbage senere i livet.
- **Uden for sæsonen** relaterer sig til den problemstilling, at børnefamilier mister interesse for feriehuset, når højsæsonen slutter. Der er dog også indikationer på muligheder for sæsonforlængelse, idet feriehuset betegnes som et godt sted for kortere ophold og "komsammener". Dog anses weekendophold i lejet feriehus for besværligt, på grund af mængden af fornødenheder, som skal medbringes, og kravet til rengøringen. Spørgsmålet er derfor, hvordan sæsonforlængelse kan sikres ved at gøre feriehusproduktet bedre egnet til kortere ferier og weekendophold, eksempelvis i form af slutrengøring, linnedpakker, madkasser og tilpassede oplevelsestilbud.



Stedsanalyserne, som er blevet foretaget primært i Hals og Blokhus, demonstrerer, at det nordjyske feriehusprodukt i vid udstrækning er anonymt, og at det omkringliggende landskab med fordel kan bruges mere aktivt i designet og re-designet af feriehus og feriehusområder. Det er således landskabstyperne i Hals og Blokhus, der giver områderne deres særegne karakter, og netop stedernes topografi, klima og bevoksning kan anvendes som udgangspunkt for feriehusproduktets arkitektoniske form. Feriehusområderne, som primært er bygget op omkring en antennestruktur, og feriehusene, som fremstår i stort set samme arkitektoniske stil og materialer, etablerer imidlertid ikke en klar sammenhæng med de omkringliggende landskabstyper.

På basis af bruger- og stedsanalyserne opstilles en række retningslinjer for udviklingen af fremtidens feriehus og oplevelser i feriehusområdet:

- **Samspil mellem feriehus og feriehusområde.** Det er vigtigt i fremtiden at arbejde med feriehusets arkitektur og feriehusområdets struktur i forhold til hinanden for dels at sikre en helhedsoplevelse, dels at feriehusområderne ikke kommer til at ligne hinanden. Dette betyder, at der på kommunalt niveau må fastlægges rammer for samspillet mellem feriehus og feriehusområde.
- **Landskabet som strukturerende, identitetsskabende element.** Et gennemgående tema i de udviklede designkoncepter er at udnytte de landskabelige potentialer både i udviklingen af nye feriehus og feriehusområder og i re-designet af eksisterende. Også ud fra et markedsperspektiv giver dette god mening, idet naturoplevelser er centrale for turisters valg af denne ferieform. Landskabet kan være med til at understøtte et bestemt materialevalg, en bestemt arkitektonisk form eller en bestemt struktur for et område, og igennem læsningen af landskabet identificeres unikke karaktertræk, som kan medvirke til at skabe et mere alsidigt udbud af feriehus og feriehusområder.
- **Landskabet og arkitekturen som oplevelsesmæssigt potentiale i feriehusområdet.** Projektet har arbejdet med at skabe rum for oplevelser som ophold og leg, da der synes at mangle rekreative elementer i eksisterende feriehusområder, således at de ikke kun bliver en "trafikåre", der transporterer turisten til og fra feriehuset. Stisystemer, legepladser, grøftekanter, parkeringspladser og andre små friarealer kan anvendes mere optimalt til at skabe små lommer for aktiv udfoldelse eller afslapning.
- **Feriehusets arkitektur og indretning.** Projektets designkoncepter demonstrerer, hvordan feriehuset kan tage sig ud ved at anvende anderledes materialer og former, som afspejler det omkringliggende landskab, hvorved et andet arkitektonisk udtryk end det traditionelle typeferiehus opnås. Eksempelvist gennem arbejdet med ude-inde relation, hvor man igennem transparens og åbenhed kan styrke relationen mellem det liv, der leves inde i husene og de omkringliggende omgivelser.

Slutteligt zoomer rapporten ind på mad i konteksten af feriehusferien. Det konkluderes, at der fortsat er brug for offentlige initiativer, eftersom de private aktørers tilgang til markedet hæmmes af forestillinger om feriehusgæsters begrænsede interesse i at købe lokale fødevarer. Dette understøttes ikke af undersøgelsen af to af feriehusproduktet primære målgrupper, norske *empty nesters* og danske børnefamilier, som demonstrerer, at mad har oplevelsesmæssige dimensioner for begge typer turister, om end på forskellig vis. Offentlige initiativer, som f.eks. *Smagen af Nordjylland* og *Smag for Jammerbugten*, har været karakteriseret ved at satse på up-marked kvalitetsprodukter, hvorimod fødevaretilbud til den del af markedet, hvor pris er mere afgørende, har været begrænset. Set i lyset af de målgrupper feriehusturismen p.t. tiltrækker og den betydning mad har for disse, synes det uklogt at satse udelukkende på gourmet råvarer og restaurantoplevelser. Madoplevelsen kan lige vel ligge i de kulturformidlende kvaliteter og mulighed for samvær, som mad kan føre med sig, hvorfor det er værd at operere med en bredere forståelse af mad, og hvad denne kan bibringe turister.

Alt i alt kan det konkluderes, at der er store udviklingspotentialer i det nordjyske feriehusprodukt ved at sammentænke de stedbundne ressourcer og feriehusbrugernes oplevelsespræferencer, og ved at anskue feriehusproduktet som et samspil mellem feriehuset, feriehusområdet og de eksterne attraktioner. Ansvar for udvikling af attraktive oplevelses-tilbud i forhold til feriehusproduktet påhviler imidlertid ikke alene de private feriehus ejere og attraktionerne i de eksterne omgivelser, men i lige så høj grad de offentlige destinationsudviklingsorganisationer og kommuner, som har ansvaret for feriehus-områdernes udvikling.





## 7 REFERENCER

Aronsson, L. (2004). "Place Attachment of Vacation Residents: Between Tourists and Permanent Residents." *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*. Hall, C. M. & Müller D. K. (Eds.). Clevedon: Channel View Publications. 75-86.

Buchwald, Erik (2000) Danske naturtyper I det europæiske NATURA 2000 netværk, København, Skov- og Naturstyrelsen

Chaplin, D. (1999). Consuming Work/Productive leisure: The consumption patterns of second home environments. *Leisure Studies*, 18(1), 41-55.

Dafolo A/S (2011) Pjece om Sommerhus bygningsreglement 2010, Frederikshavn, <http://www.byggepjecer.dk/pdf/4743-sommerhuse.pdf>

Danmarks Statistik: [www.dst.dk/statistik-banken](http://www.dst.dk/statistik-banken).

Danmarks Statistik (2006). "Undersøgelse af feriehusudlejningen i Danmark 2005". *Statistiske efterretninger*.

Serviceerhverv. Danmarks Statistik. 2006:30.

Dirckinck-Holmfeld, Kim og Selmer, Finn (2006) Arkitekternes sommerhuse, København, Arkitektens Forlag

Gram-Hanssen, K. og Bech-Danielsen, C. (2009). *Sommerhuset – om at komme ud og væk og være sammen*. Paper. Nordisk Samfundsvidenskabelig By- og Boligforsker konference, september 2009.

Gram, M., & Therkelsen, A. (2003). *Børnefamilieferie - en kvalitativ undersøgelse af tyske og danske børnefamiliers idealer for og beslutninger om ferie med særlig fokus på*



*Danmark som ferieland.* Aalborg Universitet: Tourism Research Unit.

Guldager, Susanne (2006): Byens landskaber i børneperspektiv, Park og Landskabsserien nr. 39, *Skov og Landskab*, Hørsholm, 2006, 60 s. ill.

Haldrup, M. (2004). "Laid-Back Mobilities: Second-Home Holidays in Time and Space". *Tourism Geographies*. Vol. 6 (4). 434-454.

Hall, C. M. & Müller, D. K. (2004). "Introduction: Second Homes, Curse or Blessing? Revisited". *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*. Hall, C. M. & Müller D. K. (Eds.). Cleveland: Channel View Publications. 3-14.

Hjalager, A.M. (2009). *Udviklingsdynamikker i sommerhussektoren*. Center for Bolig og Velfærd.

Hjalager, A. M., Staunstrup, J. (2011) Trade and value developments in the Danish second home sector. Implications for tourism policies. *Tourism Economies*.

Holbeck, Heidi Buur (2008) *Naturen i Landbruget*, Århus, Landbrugsforlaget

Jaakson, R. (1986). "Second-Home Domestic Tourism". *Annals of Tourism Research*. Vol 13. 367-391.

Jammerbugt Kommune (2010) LOKALPLAN 19-004 Rekreativt område, Fårup Sommerland Hune

Jarlöv, L. (1999). "Leisure Lots and Summer Cottages as Places for People's own Creative Work". *Leisure/tourism geographies. Practices and geographical knowledge*. Crouch, D. (Ed.). London: Routledge.



Lange, Bente, Lindhe, Jensen og Andersson, Stig, L. (2010) *rigtige sommerhuse*, København, Gyldendal

Larsen, J.R.K. (2010) "Dansk feriehusturisme. Et udbudsperspektiv på feriehuset og dets brugere". *Fremtidens feriehus og feriehus-område. Delrapport 1*. Aalborg: Aalborg Universitet [http://vbn.aau.dk/files/33189225/fremtidens\_feriehus\_delrapport1.pdf]

Larsen, J.R.K. & Therkelsen, A. (2011). "Udviklingspotentialer i det danske feriehusprodukt – spillet mellem feriehuset og feriehusområdet". *Økonomi & Politik. Vol. 84 (4)*, 40-55.

Larsen, J.R.K. & Laursen, L.H. (2012). Family place experience and the making of places in holiday home destinations. A Danish case study. In Sharply, R. and Stone, P.R. (eds.) *Contemporary Tourist Experiences. Concepts and consequences*. London: Routledge, pp. 181-200.

Miljøministeret (2010). *Planloven*. Online. <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=127131#K8> [hentet den 22/3 2010]

Müller, D. K. (2002). "Reinventing the Countryside: German Second-home Owners in Southern Sweden". *Current Issues in Tourism*. Vol. 5 (5). 426-446.

Petterson, R. (1999). Foreign second home purchases. *The case of Northern Sweden, 1990-96* (Working Paper No. 14). Umeå Universitet: Centre for Regional Science.

Richardson, Phyllis (2011) *Nanohouse: Innovations for small dwellings*, London, Thames & Hudson

Skifter Andersen, H. & Vacher, M. (2009). *Sommerhuse i Danmark. Hvem har dem og hvor-*

*dan bruges de?* Center for Bolig og Velfærd. Thornton, P., Shaw, G., & Williams, A. M. (1997). Tourist group holiday decision-making and behaviour: The influence of children. *Tourism Management*, 18(5), 287-297.

Tress, G. (2002). "Development of Second-Home Tourism in Denmark". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 2 (2)

VisitDenmark (2009a). *Markedsprofil for Tyskland*. København: VisitDenmark. Opdateret 26. februar 2009.

VisitDenmark (2009b). *Markedsprofil for Norge*. København: VisitDenmark. Opdateret marts 2009.

VisitDenmark (2008a). *Danskeres ferier i Danmark – i og udenfor højsæsonen*. København: VisitDenmark.

VisitDenmark (2008b). *Tyskernes ferierejser. Opsummering af den tyske rejseanalyse 2008*. København: VisitDenmark.

VisitDenmark (2005). *Feriehusundersøgelse. Efterår 2005*. VisitDenmark.

VisitNordjylland. (2011). *Nordjysk turisme. Overnatninger 2001-2010*. Report. Skejlsund: VisitNordjylland.

Williams, D. R., & Kaltenborn, B. P. (1999). Leisure places and modernity: The use and meaning of recreational cottages in Norway and the USA. In D. Crouch (Ed.), *Leisure practices and geographic knowledge* (pp. 214-230). London: Routledge.

[www.fremtidensferiehus.aau.dk](http://www.fremtidensferiehus.aau.dk)

[www.visitnordjylland.dk/danmark/da-dk/menu/turist/inspiration/nyd-livet-nordjylland/nyt-livet-nordjylland](http://www.visitnordjylland.dk/danmark/da-dk/menu/turist/inspiration/nyd-livet-nordjylland/nyt-livet-nordjylland)

Aalborg Kommune (2012) kommuneplanrammer, [www.aalborgkommune.dk/Kommuneplan/Kommuneplanrammer/Hals-området/default.htm](http://www.aalborgkommune.dk/Kommuneplan/Kommuneplanrammer/Hals-området/default.htm)

